



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Asociatividad de los productores de algodón para las confecciones de prendas textiles con fines de exportación del departamento de Piura - La Arena, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORAS:

Br. Aliaga Garcia, Gladys Patricia (ORCID: 0000-0002-7345-560X)

Br. Ocaña Armas, Andrea Maria (ORCID: 0000-0003-4055-4000)

ASESOR:

Mg. Maldonado Cueva, Percy David (ORCID: 0000-0001-9132-4841)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A Dios que siempre ha sido mi fortaleza y guía para seguir adelante, a mi familia y en especial a mi madre Yezenia por el amor, sacrificio y esfuerzo que me ha brindado.

A mi madre ya que me brindó su apoyo incondicional y confió en mí durante los años de la carrera.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a Dios por siempre cuidarme y protegerme, a mi familia por el apoyo moral que me brindaron durante esta etapa, y a mi madre por el apoyo incondicional y las ganas de superación que me brindó. Gracias a todos ustedes he podido alcanzar mis objetivos.

Agradezco a mi madre y familia por su apoyo incondicional para culminar esta etapa, darme ánimos para cumplir mis metas y no desistir.

Página del Jurado

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Aliaga Garcia Gladys Patricia con DNI N° 72217627 y Ocaña Armas Andrea Maria con DNI N° 72387931 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.


Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 04 de Diciembre del 2019



Aliaga Garcia, Gladys Patricia



Ocaña Armas, Andrea Maria

ÍNDICE

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Índice	vi
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO.....	22
2.1 Tipo y Diseño de Investigación.....	23
2.2. Escenario de estudio.....	23
2.3. Participantes.....	24
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	25
2.5 Procedimiento.....	25
2.6. Método de análisis de información	26
2.7. Aspectos éticos	26
III. RESULTADOS	27
IV. DISCUSIÓN.....	33
V. CONCLUSIONES	37
VI. RECOMENDACIONES	39
VII. REFERENCIAS	41

ANEXOS.....	48
ANEXOS 1 MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN.....	48
ANEXO 2 VALIDACIÓN DE LA ENTREVISTA	49
ANEXO 3 FORMATO DE LA GUÍA DE ENTREVISTA	52
ANEXO 4 Producción mundial de algodón 2013 - 2019	53
ANEXO 5 Producción de algodón en el Perú 2000- 2018	53
ANEXO 6 Exportación de algodón mundial 2013 - 2019	54
ANEXO 7 Exportación de algodón en el Perú 2010 - 2018	54
ANEXO 8 Exportación mundial de textiles 2016.....	55
ANEXO 9 Exportación peruana de textiles 2015	55
ANEXO 10 Comercialización de textiles 2018.....	56
ANEXO 11 Principales productos exportados 2015.....	56
ANEXO 12 Siembra de algodón por regiones en el Perú	57
ANEXO 13 Principales empresas exportadoras en el Perú	57
ANEXO 14: Muestras fotográficas de las siembras y productores de algodón	58

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general identificar cómo la asociatividad favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019. La metodología de la investigación es la siguiente tiene un diseño de investigación fenomenológica es decir que se utilizaran las experiencias de las personas como centro de información, su enfoque es cualitativo para poder recolectar y analizar los datos obtenidos y el tipo de investigación es fenomenológica hermenéutica porque interpretara las experiencias de los individuos. El escenario de la investigación es el departamento de Piura exactamente en el distrito de La Arena ubicado a unos 45 minutos del centro de Piura, como muestra contamos con la participación de 10 productores de algodón que nos brindaron la información requerida. Para la recolección de los datos se realizó una entrevista a los productores de algodón, como instrumento tenemos a las entrevistadoras y a su vez se utilizaron otras herramientas para obtener la información, como el audio y la fotografía.

Se determinó que la asociatividad contribuye al incremento de producción y a la ayuda financiera de los productores de algodón para las confecciones de prendas textiles con fines de exportación del departamento de Piura - La arena, los cuales son de mucha importancia para ellos mismos.

Palabras claves: Asociatividad, financiamiento, producción, exportación.

ABSTRACT

The present research work has as a general objective to identify how associativity favors cotton producers with export fines in Piura - La Arena, 2019. The research methodology is the following has a phenomenological research design that is to say that they will be used the experiences of people as an information center, their approach is qualitative to be able to collect and analyze the data collected and the type of research is phenomenological hermeneutic because it interprets the experiences of individuals. The research scenario is the department of Piura exactly in the district of La Arena located 45 minutes from the center of Piura, as shown we have the participation of 10 cotton producers who will provide us with the required information. For the data collection, an interview with the cotton producers was carried out, as an instrument we have the interviewers and in turn other tools will be used to obtain the information, the audio and the photography.

It was determined that the association contributes to the increase in production and financial support of cotton producers for the manufacture of textile garments with export fines from the department of Piura - The sand, which are very important for themselves.

Keywords: Associativity, financing, production, export.

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, podemos observar que la producción de algodón y la exportación de confecciones de productos textiles han reducido de manera notoria y esto es debido a muchos factores que no contribuyen al impulso de la producción y a las exportaciones de los mismos por lo contrario retrasan el desarrollo. Si bien es cierto actualmente en los valles del Medio y Bajo Piura como La Arena y La Unión, los productores de algodón de Piura no están atravesando por su mejor momento ya que el cultivo del algodón ha ido disminuyendo continuamente, esto es a causa de la comercialización de algodones más baratos y prendas elaboradas en Estados Unidos. Además de la degradación de la semilla por falta de cuidados. Es por ello que actualmente se busca de manera precipitada para que las productoras de algodón vuelvan a producir e incrementar la cantidad y calidad de la siembra de algodón como lo venían haciendo años atrás.

Para el 2012 señala que el Perú no ha conseguido sostener el incremento constante de las exportaciones textiles. para el año mencionado las ventas lograron sumar US\$ 2,178, millones mientras que en el año 2017 solo llegaron a los US\$ 1,275 millones, lo que representó una caída significativa del 41.5 % durante el periodo. De acuerdo a las cifras significativas aún no hemos recuperado el posicionamiento que anteriormente teníamos con EE.UU. (ComexPerú, 2018, párr.2).

Así mismo, el Ministerio de Producción nos informa que la industria textil se ha visto afectado por la competencia de países latinoamericanos como Nicaragua, Honduras, Guatemala, Costa Rica, y El Salvador los cuales son los países que se han desarrollado en la industria textil con menores precios y a su vez con buena calidad captando así la atención de los países importadores y posicionándose en el mercado internacional. Además, incluye la participación de los países asiáticos con su contribución de los bajos costos laborales como: Indonesia. China, Vietnam y Pakistán. (2018, párr.2).

Otro de los factores importantes es la producción del algodón en el Perú, si bien es cierto años atrás fue uno de los productos con una mayor ventaja comparativa. Actualmente la producción de algodón ha disminuido y esto se debe a que los productores de algodón no cuentan con la ayuda necesaria del gobierno para incrementar la siembra ya que el costo de producción del algodón es elevado, los productores necesitan de ayuda financiera para poder realizar el cultivo de algodón ya que su situación financiera es débil, si bien es cierto

existen entidades que apoyan al agricultor, sin embargo piden ciertos requisitos para poder obtener beneficios de las mismas lo cual dificulta lo requerido.

Por ello, los productores necesitan implementar apoyo en conjunto ya que la tierra que poseen es su factor de producción para que así no tengan dificultades al momento de solicitar préstamos o créditos bancarios y estén bien informados con respecto a los temas de interés, a su vez incrementar su competitividad y realizar novedades junto con diseños modernos para las confecciones de prendas textiles y de esta manera poder volver a captar la atención de los países importadores.

COSTACH para junio del presente año ha instalado 1.2500 hectáreas de algodón pima peruano, 3500 hectáreas se siembran en el Bajo Piura. Los resultados obtenidos de la producción son entre 80 y 100 quintales de algodón rama o entre 25 y 30 quintales algodón fibra. Actualmente comercializan el algodón fibra al mercado de Europa (Francia y Alemania) y Asia (Japón y China), la cooperativa trabaja con el Ministerio de Agricultura y Riego - MINAGRI a través de Agroideas, PSI, Sierra y Selva Exportadora; el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), y el Ministerio de la Producción (PRODUCE) para que así puedan llegar a nuevos mercados.

Por lo tanto, frente a la actual situación se espera que los pequeños productores de algodón de los valles de Piura tomen la iniciativa de formar parte de asociaciones agrícolas productoras de algodón ya existentes como la Cooperativa Agraria de Servicios Múltiples Tallan Chusis - COSTACH o nuevas asociaciones iniciadas por ellos mismos, en donde puedan enfrentar al mercado de manera organizada aumentando su financiamiento, producción y ampliando su conocimiento exportador. Así mismo los productores puedan proteger sus tierras, obtener ayuda con la siembra e incremento de producción y a su vez aumentando la comercialización y exportación de algodón de prendas textiles. De esta manera se podrán enfocar en nuevos diseños y modelos modernos de confecciones textiles para poder expandir el negocio al mercado internacional con la calidad que solo el algodón pima cuenta.

Para ello se formula la pregunta general: ¿Cómo la asociatividad favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019?, de esta manera se podrá reunir los datos importantes relacionados al tema de investigación, lo cual

nos ayudará a resolver la interrogativa y observar más a detalle la situación actual por la que están pasando los productores de algodón.

Algalobo y Pusse (2017) En su tesis de licenciatura “Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de olmos”, tiene como objetivo general de establecer si la asociatividad es la estrategia que permitirá lograr la exportación de limón sutil del distrito de Olmos (estrategia y desarrollo de las exportaciones). Su diseño de investigación es de enfoque cualitativo de tipo descriptivo porque busca información relevante y propositivo porque elaborará un diseño de asociatividad. En sus resultados con relación a la entrevista realizada a 7 especialistas enfatizaron a tres aspectos como los más limitantes del sector del limón, primero la informalidad en el canal de comercialización, segundo la declinación por baja rentabilidad y por último la existencia de una demanda internacional por este producto, la cual ha incrementado y genera muchas expectativas positivas para los productores. Como conclusión respecto al tema asociativo los principales problemas encontrados, están relacionados con la desconfianza, individualismo, irresponsabilidad y falta de cooperación que frenan el desarrollo de la actividad agrícola; a pesar de ello el 95% de productores estarían dispuesto a formar parte de un modelo asociativo.

Aiquipa, Bello, Changra y Mosto (2017) en su tesis para obtener el título de Administrador de Empresas titulada “La Asociatividad Empresarial como modelo de gestión para aumentar la competitividad de las Medianas Empresas Formales de Engordadores de Ganado Bovino en el Distrito de Lurín”, tiene como objetivo general determinar si la asociatividad empresarial sirve como modelo de gestión para contribuir con el aumento de la competitividad de las medianas empresas formales de engordadores de ganado bovino en el Distrito de Lurín. Su tipo de investigación es cualitativa, descriptiva y explicativa basado en un diseño de teoría fundamentada porque se han analizado los datos obtenidos de la entrevista. Sobre sus resultados son de las entrevistas realizadas se rescata que reconocen como asociación al FONDGICARV, afirmando que es la más representativa en el rubro ganadero de engorde a nivel nacional, pero no la consideran como una asociación exitosa. Se debe a que se encuentran asociados empresarios de diferentes segmentos comerciales y productivos del sector pecuario, siendo estos: Dueños de camal, engordadores, comisionistas y revendedores de ganado flaco, ocasionando conflictos de interés, por lo cual los entrevistados consideren poco grata su

experiencia como asociados a esta. La desigualdad en la poca convivencia de los asociados, tiene como consecuencia cumplir los objetivos; es por eso que en las asambleas de el FONDGICARV el 80% de sus miembros están ausentes. Como conclusión tiene que Lurín solo cuenta con una sola Asociación Ganadera de vacunos de carne siendo el Fondo de Ganadería Intensiva de Carne de Vacuno (FONDGICARV), presentando dificultades como: Poca capacidad financiera, debido a los pocos socios (42 miembros) y alta tasa de morosidad en los pagos mensuales de estos. Otros socios también se dedican a carniceros, comisionistas, propietarios de camal, etc. Existen miembros que sus productos van dirigidos al mercado y otro al mercado informal, esta desigualdad entre ellos crea problemas en acuerdos, objetivos y metas ocasionando conflictos de interés y desconfianza entre los socios.

Cáceres y Mendoza (2016) En su tesis profesional para obtener el título de Ingeniero Comercial titulada “Impacto de la Asociatividad en la rentabilidad de la Asociación de Ganaderos Agroindustria San Juan Gallito, distrito de San José, provincia y departamento de Lambayeque periodo 2012 – 2015”, tiene como objetivo establecer el efecto de la asociatividad en la rentabilidad de la Asociación de Ganaderos Agroindustria San Juan Gallito de San José, provincia y departamento de Lambayeque periodo 2012 - 2015. Su metodología es cualitativa y cuantitativa por su profundidad es descriptiva explicativa y por su finalidad es aplicada. Como conclusión antes de asociarse la producción y comercialización de la leche se daba de manera de prueba, donde más se beneficiaba el intermediario; la Asociatividad permite el mejor manejo del plantel del ganado para la producción de leche ya que permitió una mayor producción de leche y a la vez cumplir con los estándares de calidad para su comercialización a un mejor precio de manera conjunta y organizada a GLORIA.

Chirán (2018) En sus tesis para obtener el título de economista titulada “Propuesta de Asociatividad para generar desarrollo en el sector textil artesanal del cantón Otavalo”, como objetivo general de realizar un análisis de la asociatividad entre los productores de pequeñas y medianas empresas del sector textil artesanal, para saber si es una estrategia factible que genere un desarrollo socioeconómico en cantón Otavalo. La investigación realizada cuenta con una metodología mixta ya que cuenta con elementos cualitativos y elementos cuantitativos. Sobre los resultados es necesario aplicar un modelo de asociatividad como estrategia para los pequeños y medianos artesanos textiles porque

tendrán acceso a varios beneficios como: capacitaciones para la mejora de las técnicas en la elaboración de artesanías y crédito financiero invirtiendo en la compra de maquinaria y materia prima necesaria. Como conclusión para poder solucionar los problemas presentados en la ciudad de Otavalo, se realizó la propuesta de asociatividad con el fin de que los productores textiles tengan acceso a grandes beneficios ya que si bien es cierto de manera individual serían difíciles de conseguir. Entre los más importantes se encuentra: la reducción de costos de materia prima, la incorporación de tecnología, el posicionamiento en el mercado y el fácil acceso a créditos financieros.

Oscategui y Rosas (2018) en su tesis para licenciados titulada “Asociatividad de productores de papa pucaccasa y sus efectos en el mejoramiento socioeconómico familiar en el distrito de pazo, Huancavelica 2018”, tiene como objetivo general como es la organización de la asociatividad de productores de papa Pucaccasa en el distrito de Pazos, y cómo esta contribuye a la mejora socioeconómica de las condiciones de vida de las familias asociadas. Su tipo de investigación es básica, ya que analiza e interpreta el fenómeno con la teoría e información, de enfoque cualitativo y su diseño metodológico es etnográfico. Sobre su resultado se tiene que. Como conclusión se tiene que en el ámbito rural emerge la asociatividad de pequeños agricultores que se da como estrategia o alternativa de vida ya que generaría oportunidades y posibilidades para el crecimiento económico de los pequeños productores y así evitar limitaciones y dificultades para que tengan acceso a mercados, capacidades y habilidades de gestión y tener buenos recursos para la producción agrícola. El proceso asociativo es importante para el pequeño productor así podrá desarrollar su productividad y su persona porque al no asociarse no tendrían competitividad en el mercado, sus precios serán bajos ya que al conformar la asociación Pucaccasa mejorará su producción y productividad en su agricultura así también mejorará su estilo de vida.

Pérez (2018), en su tesis para obtener el grado profesional de Licenciada en Negocios Internacionales titulada “Asociatividad y exportación de Mate Burilado en Cochach Chico, Huancayo, 2018”, la presente investigación tiene como principal objetivo cual es la situación de los artesanos para la Asociatividad y exportación de Mate Burilado en Cochach Chico, Huancayo, 2018. El desarrollo de la presente investigación se realizará con un enfoque cualitativo y a su vez tendrá un diseño etnográfico, por lo que se da uso a los métodos para recolectar los datos de la entrevista realizada con diecisiete preguntas, en

donde la población contará con el apoyo total de 6 artesanos dedicados al mate burilado ubicados en cochas chicos, de acuerdo a lo investigado se considerará ciertos criterios de inclusión. Concluyendo que los mecanismos que promocionan y facilitan a la exportación que son brindados por el MINCETUR, Gobierno Regional, Local y del sector privado y público son mínimos, ya que no todos los artesanos están beneficiados porque algunos reciben apoyo mientras que otros no, brindado capacitaciones, asesorías sobre exportación, investigación de mercado, estrategias de venta, maquinarias, etc.

La asociatividad empresarial se entiende como la unión de varias empresas que tienen como objetivo común mejorar su gestión, productividad y competitividad de los miembros que la integran para un mejor desarrollo de la compañía. (Mathews, 2014, p. 3). Para que una asociatividad empresarial se establezca debe cumplir con las condiciones de confianza, precisar los objetivos y las metas, compromiso de todos los participantes, definir los cargos, tener un buen líder, en caso de incumplimientos saber cómo se sancionará y definir un contrato.

Al conformar asociaciones ya sea para las organizaciones económicas o sociales nos va a permitir: reunir los esfuerzos, voluntades y talentos. Como también maximizar la producción y a su vez minimizar costos o recursos alcanzando así los esperados patrones de calidad, también proporcionando sostenibilidad y realizando gestiones de competitividad con aquellos factores internos y externos para poder obtener un mayor bienestar social. (Ospina y Alzate, 2018, p.82). Informa que al asociarse las empresas u organizaciones por razones sociales o económicas nos va a permitir reunir factores claves para poder llevar a cabo un trabajo eficiente. Por lo que va a requerir que las partes participantes brindan su esfuerzo, talento y voluntad aquellos factores necesarios para así llegar a su propósito que es alcanzar los patrones de calidad, la sostenibilidad y la competitividad para el bienestar social de la asociación.

La asociatividad va a actuar de acuerdo a las necesidades de las empresas involucradas, con esto nos referimos a que no todas las asociaciones tienen un mismo objetivo cada empresa se traza su objetivo en común dependiendo de sus metas, algunas tendrán que acomodarse a un sistema ya planteado como por ejemplo dependerá del país en el que te encuentres. (Duarte, 2017, p.4). Indica el término de Asociatividad empresarial, para Colombia su sistema es similar ya que se trata de un mecanismo de apoyo para todas

las empresas que trabajan en conjunto con objetivos en común que es el de fortalecer tanto sus factores internos como también los externos para su crecimiento y desarrollo continuo.

Cuando se obtiene una asociatividad fortalecida se van a presentar múltiples beneficios: como la reducción de los costos de producción a través de la economía de escala en la compra de insumos; también se obtendrá acceso al financiamiento; incrementarán las condiciones con más ventaja de comercialización para los agricultores, obteniendo mejores precios, aumentando la oferta y el valor o precios diferenciados por calidad. (Asociatividad, Asistencia Técnica y Extensión Rural e innovación tecnológica en el algodón, 2018, p.6). Indica que a través de la asociatividad se va a presentar beneficios esperados como la reducción de costos de producción, acceso a financiamientos, incrementos de ventajas con respecto a la comercialización para los agricultores, mejores precios, aumento de la oferta o precios gracias a la diferenciación de la calidad.

También cabe resaltar que la asociatividad se basa en el método de la producción induciendo a lo colectivo social a su vez horizontal y participativo, esta peculiaridad responde a obtener otro método de participación e investigación por parte de los interesados lo cual se asemeja a los años y métodos más antiguos. (Barreto, Cortez, Beltrán y Rojas, 2015, p. 49). Señala que la asociatividad es un análisis estructural que se puede evidenciar desde la cartografía social, por el cual podemos establecer factores de orden cultural que nos permite inhibir en la asociatividad como un mecanismo de gestión.

De acuerdo a la problemática con referencia al algodón, se impulsa a que los pequeños productores de algodón tomen la iniciativa de asociarse para que así se puedan obtener ayuda entre sí y a la vez volver a recuperar el incremento de siembra y el aumento de las ventas, así mismo mediante la asociación podrán obtener el beneficio del financiamiento en donde podrán concentrarse en las confecciones y exportación de prendas textiles con nuevos, modernos y mejorados diseños.

El financiamiento propio va a comprender los recursos aportados por el titular de la empresa en este caso empresas individuales o también por los socios o accionistas en el caso de sociedades y a su vez los recursos que se generan en la propia empresa descrito como la autofinanciación. (Pombo y Navarro, 2018, p.202). Habla que el financiamiento comprende recursos en donde pueden ser aportados por el titular de la empresa o también

en caso de sociedades por los accionistas en donde generen incrementos monetarios para la autofinanciación de los mismos.

Las formas a las que más se recurre del financiamiento en las etapas de creación son los recursos personales, de los familiares y amigos, además del endeudamiento bancario (a través de préstamos, líneas y tarjetas de crédito), a los cuales se puede sumar los préstamos blandos y aportes públicos no reembolsables. (OCDE, 2016, p.40). Informa que para el financiamiento existen formas y etapas de creación las cuales se darán de acuerdo a la necesidad de la persona o empresa que necesite el mismo, por ello encontramos como primera creación a los recursos personales ya sea que el financiamiento se dé a través de los familiares o los amigos y el segundo es a través de una entidad financiera en donde se verán los endeudamientos bancarios, préstamos, líneas y tarjetas de crédito.

La falta de una correcta y efectiva coordinación entre los diferentes niveles del gobierno que harán una mejora en sus capacidades instaladas y operativas específicamente en las Direcciones o Gerencias Regionales Agrarias y así también en sus Agencias, que son las que intervienen de una manera directa con el productor agrario en el entorno regional y local. (MINAGRI, 2012, p.54). Con respecto a lo mencionado, el estado no tiene una organización en las Direcciones o Gerencias Regionales Agrarias que a través de sus Agencias Agrarias son las que tratan directamente con el productor regional y local, no fortalecen las capacidades técnicas para un buen acuerdo que les permita brindar servicios de calidad, teniendo como debilidad.

El crédito y su costo para financiar la agricultura, la cobertura es reducida ya que existen agentes prestamistas informales quienes conocen el proceso de reducir niveles de excedentes les facilitan recursos para que la actividad de producción tenga crecimiento en sus ingresos. La banca tradicional no es participe del financiamiento, es indiferente con la pequeña agricultura, pero facilita recursos para que los agentes económicos puedan estar relacionados de manera directa o indirecta con los prestamistas de campañas agrícolas. (Vasquez, 2016, p. 41) El autor nos menciona que debido a que los agricultores tienen pocas posibilidades de obtener financiamiento por parte de las bancas tradicionales, existen terceros en donde encontramos partícipes a los prestamistas formales e informales lo cuales van a ayudar a los agricultores a poder financiar sus cultivos. De esta manera ya no tendrán que preocuparse por ver si califican o no para otras entidades financieras.

Con respecto al financiamiento las pymes cuentan con grandes dificultades para obtener el mismo. Además del mercado de bonos y el mercado de acciones están ciertamente limitados a dirigirse a empresas más grandes de cada país, Por ello el financiamiento bancario tiende a ser la única alternativa como autofinanciamiento para aquellas empresas más pequeñas. (Stallings y Studart, 2006, p.28). De acuerdo al autor indica que las empresas pequeñas y las pymes cuentan con dificultades para obtener financiamiento por algunas entidades y esto es debido a que la gran parte de entidades financieras se centran en empresas grandes al igual que el mercado de bonos y de acciones. Por ello la alternativa con la que más cuentan las pequeñas empresas es con el autofinanciamiento.

La producción se basa en el procedimiento que transforman los materiales de una forma dada a otras que se desea obtener. (Caba, Chamorro y Fontalvo, 2016, p.3). También se puede entender que la producción es la creación de un bien o servicio para que pueda satisfacer las necesidades de las personas aportando un valor agregado.

Por lo general se vincula el concepto de producción con la adquisición de un bien tangible o cualquier tipo de objeto. Pero en términos económicos cuando hablamos de producción está asociado a un concepto más amplio ya que está involucrado el proceso o transformación de un grupo específico de elementos o bienes en diferentes beneficios. (Rosales, 2000, p.60). Se entiende que si habla de la producción nos referimos a un bien que será transformado por otro bien, pero con un valor agregado porque los consumidores están interesados en adquirirlo porque tendrán rasgos específicos que ellos quieren.

Las dificultades que se pueden presentar en la producción es la degradación del suelo, el uso excesivo del agua, la contaminación del ambiente; mientras que siga habiendo cambios que alteren la producción los agricultores verán una deficiencia en su producción. (Stocking, 2003, p. 84). De esta manera la producción se ve afectada por la falta de recursos que la mantengan haciendo que los agricultores no puedan producir como corresponda ya que ellos miden y observan su producción a través de la degradación de la tierra, la sequía, uso excesivo de químicos.

El término producción en el ámbito empresarial se refiere a la actividad económica que tiene como objetivo principal la transformación de un factor o factores en otros, incluyendo así un valor con el fin de satisfacer las necesidades de las personas, así mismo el factor se vuelve apto de transacción. Por ello la producción es un concepto amplio debido a que casi todas las actividades humanas se pueden incluir. (García de diego, Parra y Rojo, 2007, p.13). Indica que la producción es una actividad económica dedica a la transformación de los factores inclinada a los productos, teniendo como finalidad incluir valor a los mismos para que estén susceptibles y logren satisfacer las necesidades humanas. Por otro lado, nos indica que la producción es una de las actividades más amplias debido a que la misma puede incluirse en todo tipo de acciones humanas.

El concepto de producción es uno de los más antiguos dentro del campo de los negocios, el mismo sostiene que los consumidores tienden a preferir aquellos productos que están ampliamente disponibles y cuentan con bajo costo. Por otro lado, los gerentes de las empresas dedicados a la producción se concentran en tener un aumento en la eficiencia de la producción. (Kotler, 2003, P.11) Informa que el concepto producción es uno de los términos más antiguos. De acuerdo a kotler las personas eligen y prefieren los productos que están libres para obtener y cuenta con bajo costo, también nos indica que los principales objetivos de los gerentes de las empresas dedicadas a la producción buscan el crecimiento de eficiencia en la producción.

De acuerdo a las proyecciones para el 2019 se estimó un descenso de 3% de la producción mundial del algodón, para llegar a 25,9 millones de toneladas. Esto se debe a la caída de la producción de algodón de Estados Unidos (11%), india (7%) y Pakistán (6%), se origina debido a la limitación de agua para riego. De acuerdo al comité Consultivo Internacional del Algodón (CCIA) para las proyecciones del 2018/2019. (Dirección General de Políticas Agrarias - Dirección de Estudios Económicos e Información Agraria, 2019, p.2). Informa que los países que más producen algodón han reducido la cantidad debido a que la producción de algodón no está contando con el recurso necesario que es el agua para su posterior crecimiento, disminuyendo así el riego y la cantidad que se espera obtener. (Ver Anexo N° 4).

Cabe resaltar que la mayor producción se enfoca en china, ya que es el primer productor mundial de algodón siguiendo por Turquía, Brasil, algunas regiones de África Occidental. La proyección para el 2018/2019 los principales productores de algodón fueron India, China, EEUU, Brasil, Pakistán y Turquía, lo cual en conjunto mostraron una representación de producción de algodón de 81% a nivel mundial. El Perú se ubicó en el cuadragésimo lugar a nivel mundial.

El volumen de producción estuvo cercano a alcanzar las 160 mil toneladas en años anteriores, para el año 2017 tuvo un volumen de 23 mil toneladas en producción. En el año 2018 se refleja una recuperación alcanzando las 43 mil toneladas. Esta disminución de producción se produjo debido a la caída de los precios y su enfoque hacia los productos más rentables como: maíz, arroz y caña de azúcar. Por otro lado, la recuperación de la producción se explica debido al buen clima, lo cual ayuda al incremento de las buenas cosechas, al aumento de las áreas sembradas y así mismo al incremento del rendimiento. (Dirección General de Políticas Agrarias - Dirección de Estudios Económicos e Información Agraria, 2019, p.5). Indica que se espera un crecimiento de producción de algodón para el año 2017 ya que, si bien es cierto, la siembra del algodón no ha pasado por su mejor momento debido a la falta de cuidados e interés enfocándose en otros productos ya mencionados con menos costo de producción y más rentabilidad. (Ver Anexo N° 5).

La exportación es el desarrollo de la venta internacional, teniendo por objetivo el envío decisivo de las mercancías hacia el extranjero. Para realizar este envío, es primordial diversas todas las actividades auxiliares y documentales de acuerdo a ley como los permisos requeridos de acuerdo a la mercancía o producto, cumpliendo estándares y presentación exigidos por el cliente o comprador. (Melgarejo, 2018, p.29). Indica que la exportación será el desarrollo de la venta internacional y tendrá como objetivo el envío de los productos o mercancías hacia el extranjero. Por ello para poder realizar el envío de las mismas se tendrá que realizar las actividades auxiliares y documentales previstas por la ley, ya que esto dará la facilidad de que los productos exportados puedan ingresar a otro país sin complicaciones, siempre y cuando cuente con los permisos y estándares ya establecidos.

La exportación es el régimen aduanero que va a consistir en la salida de bienes y servicios desde el territorio aduanero nacional hasta el territorio aduanero extranjero, por lo tanto, es el proceso mediante el cual se tiene que cumplir unas ciertas medidas para que el

producto pueda entrar al mercado internacional. (Peralta, 2018, p.24). Informa que la exportación va a consistir en la salida de bienes y servicios desde el territorio nacional hacia el extranjero. Durante el proceso se tendrá que cumplir con las medidas apropiadas para que el producto pueda ingresar al mercado extranjero.

La exportación es el envío legal de todos los bienes y servicios que se trasladan de un país a otro para su uso o consumo, en cualquier país extranjero. (Andrade, 2014, p.5) Indica que la exportación es el envío legal de bienes y servicios trasladados de un país hacia otro, por lo cual los mismos serán utilizados o consumidos por el cliente.

Cuando se habla de exportación nos referimos al envío de un producto o servicio hacia otro país con el fin de que sea comercializado para satisfacer las necesidades de un mercado específico, puede ser por vía terrestre, marítima o aérea. (García, 2018, (párr.2). El proceso de exportación es importante para la internalización de la empresa, el ente encargado de los trámites en Aduanas las transacciones varían ya que pueden ocasionar un elevado grado de complejidad en términos legales y fiscales porque los gobiernos quieren proteger su producto nacional.

Se estima un incremento con respecto a las exportaciones mundiales de un 2,8% para llegar a 9,3% millones de toneladas con respecto al año 2017/2018, esto se debe al incremento de la demanda de Turquía, Pakistán y lo más probable de la India. Para el incremento de exportaciones se estima 49% de Brasil para quedar en 1,35 millones de toneladas y Austria con un 5% para allegar a las 895 toneladas dando uso a las existencias con un aumento en la demanda en Asia. Para Estados Unidos se estima actualmente en 3,3 millones, sin embargo, la sequía y el clima con su constante cambio ha afectado la calidad de la cosecha. (Dirección General de Políticas Agrarias - Dirección de Estudios Económicos e Información Agraria, 2019, p.3). Las exportaciones de textiles en el Perú han incrementado de una manera favorable siendo lo mayores exportadores en el continente de Asia es mayor, sin embargo, los cambios repentinos en la naturaleza afecta a la calidad de la cosecha. En el periodo de 2013 - 2019, hubo una creciente y decreciente estimada en las exportaciones de algodón de los siguientes países: Estados Unidos de un 2.29% en el año 2013 aumentó un 3.30% en el 2019, India de un 2.02% en el 2013 disminuyó a 0.96%, Zona Franca de un 0.97% en el 2013 aumentó a 1.27% en el 2019, Brasil de un 0,49% en el año 2013 aumentó 1,45% en el 2019, Uzbekistán de un 0,62 en el 2013 disminuyó a

0.13% en el año 2019 y Australia de un 1.06% en el 2013 disminuyó a 0.90% en el 2019. (Ver Anexo N° 6).

Durante los últimos nueve años la exportación del algodón ha mostrado variaciones con respecto a su comportamiento, cabe resaltar que la subpartida del algodón se encuentra como algodón sin cardar ni peinar (5201), en donde los tipos de algodón que se viene exportando es el pima y supima principalmente a países como Ecuador, Estados Unidos y Japón. Se observó una mayor participación en el 2011 con este tipo de algodón, con un incremento de US\$7,3 millones; continuando con el algodón cardado o peinado con la subpartida (5203) teniendo como principal país de destino Ecuador. (Dirección General de Políticas Agrarias - Dirección de Estudios Económicos e Información Agraria, 2019, p.7). La exportación del algodón supima y pima ha incrementado de manera favorable a partir del año 2011 en los países de Ecuador, Estados Unidos y Japón convirtiéndose en los mayores consumidores de estos tipos de algodón. El valor del algodón sin cardar ni peinar en el año 2010 fue de \$ 1.068 en el 2018 aumento a \$ 1.696, el algodón cardado o peinado en el 2010 no presentaba compra y en el 2018 con un valor de \$ 758 y en el caso de los desperdicios de algodón en el año 2010 presentaba un valor de \$ 91 aumentando en el año 2018 a \$ 95. (Ver Anexo N° 7).

Continuamente las exportaciones de algodón han venido decayendo, en volumen y valor en el algodón sin cardar ni peinar, como consecuencia en el disminuyo de la producción., por lo tanto, esto se refleja en las exportaciones del 2018 disminuyendo y teniendo así un valor de 1,7 millones de dólares y contando con un volumen de 654 toneladas. Las exportaciones peruanas se irán recuperando a medida que se cubra el mercado interno con la producción nacional.

En el 2016 China se ubicó como el principal exportador de textiles, contando con una participación de 37% en ventas globales de textiles, de acuerdo a la organización mundial del comercio (OMC). En segundo lugar, se ubica la Unión Europea con un 23% de participación y 1% de aumento en el año 2016 e India con un 6% de participación y una caída de 6%, a su vez Pakistan paso de la novena a la séptima opción. Por primera vez Vietnam se encontró en el top ten de las empresas exportadoras de textiles. Los principales países de destino de exportaciones de textiles de china fueron Estados Unidos, la Unión

Europea, Hong Kong, Japón, Corea del sur y los países de la ASEAN recibiendo así un 70% de ventas chinas. (Ver Anexo N° 8).

Las exportaciones peruanas del sector textil y confecciones pudieron alcanzar un valor US\$ 921 millones para el 2018, contando con un 12.7%. Los principales destinos fueron EE. UU con 48.3%, china con 6%, Brasil 4.5%, Chile 4.2% y por último Colombia con 4.1%. Las ventas textiles en EE. UU fueron de US\$ 445 millones para el 2018, lo que fue un aumento significativo del 8.9% posteriormente el segundo destino más importante que es China tuvo ventas de US\$ 55.4 millones, lo que también tuvo una variación representativa de 52.8%. (Ver Anexo N° 9).

Comercializar se define como el acto de organizar y su vez planear un conjunto actividades precisas que nos permitirán colocar, en el lugar adecuado y en el tiempo específico, la mercadería o servicio para que de este modo los clientes que son parte del mercado, conozcan y consuman. (Revista Cubana de Ciencia agrícola, 2014, p.22). Informa que la comercialización se define como el acto de organizar y planear actividades que permitirán al producto o servicio estar colocado en el lugar y tiempo correcto, para que así el mismo pueda llegar a los clientes de una manera más flexible y fácil para su consumo y conocimiento.

Las estrategias de comercialización, son también conocidas como las estrategias de mercadeo lo cuales consiste en acciones estructuradas y planeadas que se llevarán a cabo para llegar a alcanzar determinados objetivos asociados con la mercadotecnia, así como también dar a conocer un nuevo producto, incrementando las ventas y logrando mayor participación en el mercado. (Ramírez, 2015, p.172). Indica que las estrategias de comercialización son conocidas como estrategias de mercadeo lo cual se enfocara en acciones estructuradas y planeadas para realizar objetivos en donde estén asociados a la mercadotecnia para así facilitar el aumento de las ventas y a su vez dar a conocer al mercado los nuevos productos brindados por la empresa.

Aquellos productos y servicios que las empresas obtienen, a través del proceso de fabricación o adquiriendo directamente, son los mismos que se dirigen hacia un mercado en el que son obtenidos por los futuros consumidores. Esta actividad se le conoce como sistema de comercialización o sistema de marketing. (Vélez, 2018, p.13). Muestra que la

Comercialización serán los productos y servicios que las obtienen las empresas desde el proceso fabricación así mismo estos están dirigidos hacia un mercado para su posterior venta y continuamente captados por los futuros consumidores o clientes.

La comercialización es la agrupación de funciones que se lleva a cabo desde que el producto sale de la instalación de producción hasta que sea distribuida al consumidor de manera directa o indirecta por medio de un mercado específico. (IICA, 2018, p. 5). Las funciones más importantes de la comercialización que el vendedor realiza son comprar, vender, almacenar, clasificar y estandarizar, financiar, tomar riesgos y buscar información del mercado meta para que se pueda tener una correcta comercialización, así el producto tenga una buena acogida.

El Perú comercializó los textiles de algodón a los siguientes países que obtuvieron ventas superiores en el año 2018: Primero tenemos a China con un valor de USD \$ 7, 542. 503 por la cantidad de 850, 664 toneladas, le sigue la India con USD \$ 1, 094. 397 por la cantidad de 1, 267. 780 (100 metros cuadrados) y por último Pakistán por un valor de USD \$ 625. 033, no especifica la cantidad. (Ver Anexo N° 10).

La reducción de costos son los costos se consideran valores monetarios que por lo general llevan a cabo actividades económicas dirigidas a las producciones de bienes y servicios, por ello son gastos necesarios que ayudará a sostener un proyecto en funcionamiento. (Correa y Fernández, 2017, p.37). Indica que los costos se expresan en valores monetarios y los mismos serán utilizados para actividades económicas orientadas a los bienes y servicios, por ello la reducción de costos es importante para poder sostener proyectos futuros o en funcionamiento.

La reducción de costos no involucra el recorte de gastos, ni tampoco el de personal como ocurre en muchas empresas que lo hacen hoy en día, así mismo deterioran la calidad de sus productos, a su vez implica la gestión de sus gastos, a través del sistema de mejora continua que permitirá la disminución de costos, reduciendo asimismo los inventarios, el tiempo desperdiciado de las máquinas y empleados, mejorando la eficiencia de la empresa. (Correa y Fernández, 2017, p.37). Dice que la reducción de costo no se enfoca en el recorte de gastos ni en el recorte de personal como la gran mayoría de empresas piensa que es y cometen el error disminuyendo la calidad de sus productos y la gestión de gastos, por lo

tanto, la mejor manera de llevar a cabo la reducción de costos está en reducir los inventarios, y enfocarse en disminuir el tiempo perdido de las máquinas y de los empleados para que así se puedan concentrar en la producción de la empresa de manera eficiente.

La negociación es la sucesión de acciones las cuales se van a desarrollar en un espacio de tiempo determinado en el que las partes involucradas van a ir cambiando sus demandas de acuerdo a su conveniencia hasta llegar a un compromiso aceptable para ambas partes. (Caldas, Castellanos e Hidalgo, 2016, p.244). Indica que las acciones de las negociaciones se van a desarrollar en un tiempo y espacio específico y las mismas irán cambiando de acuerdo a lo que las partes involucradas les parezca conveniente, siempre y cuando ambas partes estén de acuerdo con el acuerdo establecido.

Es importante perfeccionar las habilidades de negociadores cuando se trata de trabajar con los clientes, distribuidores, socios, proveedores o filiales dentro o fuera del país. Sin embargo, el factor culminante de futuro éxito o fracaso en el transcurso de las negociaciones son las técnicas utilizadas o las formas apropiadas para realizar el proceso de negociación. (Soares y Rocha, 2015, p.132). Indica que para tener mejores habilidades de negociación ya sea con los clientes, socios, distribuidores, proveedores dentro o fuera del país, mediante ese proceso se tiene que utilizar técnicas para realizar la negociación de manera eficiente. De esto va a depender el futuro o fracaso de las negociaciones, es por ello que se tiene que tener en cuenta como principal punto las técnicas de negociaciones.

La negociación es el proceso y a su vez la técnica en el que dos a más personas establece un acuerdo. “Es un medio que te permite conseguir de otras partes lo que necesitas o aquello de desees. Es la comunicación de ida y vuelta, creada para realizar un acuerdo, esto se da cuando ambas partes comparten ciertos intereses y también tienen otro que son opuestos entre sí. (Sánchez, 2013, p.2). Muestra también que en las negociaciones se darán uso de los procesos y las técnicas entre ambas partes participantes, a partir de ello se puede conseguir un buen acuerdo en donde se obtiene lo que necesitan o lo que desees siempre y cuando ambas partes estén en la misma situación, quiere decir que acepten las necesidades y desees de la otra persona hasta llegar a un acuerdo mutuo en donde quede parcial para ambos y se encuentren satisfechos con lo acordado.

La acción de negociación es el proceso en el cual ambas o varias exponen sus ideas para llegar a un mutuo acuerdo con el fin de que se beneficien los participantes y sea provechosa. (Ideaspropias Editorial S.L., 2015, p. 1 - 2). En este punto de la negociación ambas partes deben tener una voluntad propia para que sea beneficioso, aunque en algunos casos deban ceder ciertos aspectos para que no se incumpla la negociación, es importante que se comprometan en lo acordado para poder llevar a cabo una buena negociación.

En un contexto empresarial, la definición de rendimiento nos da referencia al resultado esperado efectivamente por las unidades encargadas de realizar las actividades, en donde el término unidad se refiere a un individuo, equipo, departamento o a una sección de una empresa u organización. (Pacahuala, 2015, p.24). Indica que el rendimiento se enfoca en las unidades, en otras palabras, en las personas ya que estas serán las encargadas de realizar las actividades con resultados efectivos. Adicionalmente las unidades pueden referirse a las empresas u organizaciones.

La gestión del rendimiento va a consistir en la planificación, motivación y evaluación de la contribución del personal dedicado al rendimiento del sector público. (OCDE, 2016, p.108) Habla acerca de la gestión del rendimiento lo cual va a considerar la planificación, motivación y evaluación para el personal que se dedica al sector público, así mismo obtendrán una mejor preparación y se verá reflejado a través de los resultados.

En el departamento de Piura se estudiará el algodón pima, ya que es el que más se produce. Esto se debe a su textura ya que posee un brillo especial y a su vez cuenta con una suavidad extraordinaria al contacto con la piel, el algodón pima es ideal para elaborar, crear y diseñar prendas cómodas y modernas para todo tipo de personas y gustos. La suavidad que lo caracteriza es consecuencia de su longitud y finura, adicionalmente a su brillo y su alta frescura en las telas. Esto lo posiciona como el algodón más fino y de fibra más larga en el mundo, comparado solamente con el algodón egipcio y esto es gracias a la combinación de las semillas, la tierra y al microclima que se encuentra en los 5 valles, de Piura en donde todos se encuentran aptos para el cultivo del algodón, los valles se dividen en: Bajo Piura, Medio Piura, Alto Piura, Chira y San Lorenzo. Piura es uno de los departamentos agrícolas más importantes del Perú, La partida arancelaria del algodón es 52.01, la siembra del algodón en Piura se da entre los meses de verano en donde el sol es más fuerte de enero a febrero y hasta marzo.

Actualmente se cuenta con diferentes tipos de algodón en donde existen cuatro especies estos son: Las que son originarios de Asia llamada *Gossypium herbaceum* y de Europa llamada *Gossypium arboreum*, las que son provenientes del continente americano llamada *Gossypium barbadense* y *Gossypium hirsutum*. Un 92% del algodón que se comercializa es del tipo *Gossypium hirsutum* y un 8% *Gossypium barbadense*, como principales derivados del algodón se considera los siguientes: El aceite, la pólvora, el papel moneda, la fibra y tejidos textiles, el jabón, la celulosa, productos médicos - sanitarios, balsas salvavidas, neumáticos y las cintas transportadoras.

Uno de los principales productos de algodón vendidos al exterior fue las prendas de vestir para bebés, lo cual fue destinado a EE. UU con un monto de US\$ 216 mil, Ecuador US\$ 182 mil, México US\$ 154 mil, Argentina US\$ 103 mil y por último Italia con US\$ 88 mil. Otros de los productos vendidos con alto crecimiento de exportación fueron los calzoncillos para hombre de algodón con US\$ 137 mil, Además abrigos, chaquetas y capas para damas con US\$ 130 mil destinados a EE. UU y Nueva Zelanda respectivamente. (Ver Anexo N° 11).

Las regiones con mayor participación de siembra de algodón en el Perú para el 20018 - 2019 son: En primer lugar, Ica con 13,7 ha 62,5%, segundo lugar se encuentra Lambayeque con 3,9 ha 17,6%, tercer lugar se encuentra Piura con 1,9 ha 8,9% y por último se encuentra Ancash con 1,0 ha 4,6 %; lo cual en conjuntos los departamentos representan un total de 20,5 mil hectáreas con un porcentaje de 93,6% para la siembra. Los resultados mostrados indican que los productores están empezando a tener buenas expectativas con la producción de algodón debido al incentivo de promoción por parte del gobierno. (Ministerio de agricultura y riego, 2018, p.27). Muestra la participación con la que cuenta cada región, a comparación de los años 2017- 2018 las siembra aumentaría teniendo como primera región la de Ica con 3165 hectáreas (30.1%), Lambayeque aumentado sus hectáreas a 2 679 (27,8%), Piura con 749 hectáreas (62,4%), Arequipa teniendo 279 hectáreas (62,4%) y Ancash crece en 90 de hectáreas (9,8%); esto es debido a que los productores esperan que el gobierno los ayude con la promoción de fibras extra largas, aportar en semillas y créditos y asesoría técnica. (Ver Anexo N° 12).

Como se sabe el algodón es uno de los productos más requeridos por la industria textil nacional e internacional, es por ello que la gran mayoría de empresas buscan ser destacadas con sus prendas de vestir a través del algodón realizando diseños para todo tipo de público ya sea de niños hasta adultos. Entre las principales empresas exportadoras

peruanas que forman parte y cuentan con mayor participación encontramos a las diez que se dedican al mismo rubro y cuenta con una amplia cartera de clientes a su vez se mantienen en constante competencia para que así puedan ser líder en el mercado nacional brindando una mejor calidad y servicio a sus clientes.

Liderando la industria textil en el Perú para el 2015 encontramos a Lg Textile Corporation con un 15.65% de participación; segundo encontramos a Topy Top con un 11.99%; en tercer lugar encontramos a Devanlay Perú con un 9.52%; en cuarto lugar Textiles y Manufacturas Andinas con un 8.89%; en quinto lugar tenemos a Confecciones Textimax con un 8.65%; a Argo Textil en sexto lugar con una participación de 8.39%; en séptimo lugar se ubica Algotex Peru contando con un 7.8%; ocupando el octavo lugar tenemos a Cangallo & Cia con un 4.56%; en el puesto nueve encontramos a Gamexport con un 3.33% y por último en ubicarse en el ranking se encuentra cotton knit con una participación de 2.71% con respecto a exportaciones del producto en el año. (Ver Anexo N° 13)

En el presente trabajo de investigación tiene como problema general: ¿Cómo la asociatividad favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019?, además, presenta los siguientes problemas específicos: ¿Cómo el financiamiento favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019? y ¿Cómo la producción favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019?

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal identificar cómo la asociatividad favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019.

Con este estudio se otorgará un panorama más amplio en cuanto la asociatividad de los productores de Piura para los fines de exportación de algodón, de manera que aumente la adquisición en el mercado nacional e internacional y así estos posibles cambios ayuden a disminuir la situación de descuido en los pequeños productores de algodón del distrito La Arena.

La presente investigación busca indagar acerca de cómo la asociatividad favorece a los productores de algodón refiriéndonos a los fines de exportación de productos de algodón en el departamento de Piura - La Arena actualmente, ya que con esto se podrá

observar la mejora con respecto a las negociaciones internacionales, lo cual involucra el protagonismo de los productores de algodón de Piura - La Arena y también el inmenso compromiso por parte de las cooperativas asociadas, para garantizar un trabajo efectivo, así mismo la permanencia de crecimiento de las mismas.

Los beneficios que se obtendrán a través de la presente investigación se enfocarán en mostrar la situación actual acerca de la asociatividad a los productores de algodón de Piura - La Arena, ofreciéndoles posibles propuestas de mejoras para así lograr que los pequeños productores de algodón estén preparados para los nuevos retos y competencias de un mercado que busque aumentar la demanda del algodón.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general: Identificar cómo la asociatividad favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019. Además, presenta los siguientes objetivos específicos: Identificar como el financiamiento favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019 y Identificar como la producción favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

La presente investigación cuenta con un diseño fenomenológico, el objetivo principal es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas relacionadas a un fenómeno o situaciones para poder descubrir los elementos comunes de sus experiencias vividas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.493). Lo que diferencia de este diseño de investigación con los demás es que se utilizara las experiencias de la persona como centro de indagación, su base es que hay diferentes maneras de interpretar la experiencia y eso constituye a la realidad.

La investigación planteada es de enfoque cualitativo, ya que los datos recogidos serán analizados y medidos basándonos a través de lo observado y de sus comportamientos ya que nos enfocaremos en estudiar la realidad en su contexto natural. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.7). La investigación cualitativa va a utilizar la recolección y análisis de los datos estudiados para perfeccionar las preguntas formuladas de investigación y a su vez poder revelar futuras incógnitas durante el proceso de comprensión del estudio.

El presente tipo de investigación es Hermenéutica lo cual se centra en interpretar la experiencia de las personas y textos de la vida. De acuerdo al estudio no tiende a seguir reglas específicas, por lo que considera que es producto de la relación dinámica entre diversas actividades de investigación: a) determinar un fenómeno o problema de investigación, b) estudiar y considerar acerca de este, c) encontrar categorías y temas importantes del fenómeno, d) distinguirlo e) comprender. (Creswell et,al 2007 y van Manen) (Citado en Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.494).

2.2. Escenario de estudio

Para la investigación presentada es escogió como escenario de estudio el departamento de Piura, en donde se realizó las entrevistas en los valles del bajo Piura para especificar en el distrito llamado La Arena, uno de los lugares en donde se encuentran actualmente los cultivos de algodón situada a 45 minutos del centro de Piura.

Se le llama muestra al proceso cualitativo, grupo de personas, eventos, hechos, etc. por el cual se pueden recolectar datos sin que sea necesariamente estadístico representando a una población estudiada. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.384). En el estudio a la vez se recolectarán y analizarán datos que observamos y también se tendrá afinidad con las personas entrevistadas para poder tener la información adecuada.

La muestra se puede determinar durante o después de la investigación inicial, ya que se podrá ajustar en cualquier momento del estudio. Es por eso que la siguiente investigación se desarrollara en base a un muestreo no probabilístico porque no se busca generalizar resultados. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.383). Lo que se busca es profundidad, es decir buscar información que nos ayude a entender el estudio y a poder responder las preguntas de investigación.

2.3. Participantes

Para la participación del presente trabajo de investigación no todos los productores de algodón tienen el beneficio de participar, contamos con la participación fundamental de Temoche Álvarez, Félix productor y dueño de una pequeña hectárea de algodón lo cual nos brindó la ayuda para reunir la información y el ingreso a los cultivos de algodón, gracias a su ayuda hemos contado con el apoyo de 9 productores más dedicados a cultivar, conservar y producir las siembras de algodón en donde nos han brindado la información requerida y necesaria para poder resolver los problemas y objetivos de la presente investigación. Los productores de algodón se mostraron amables al brindarnos la entrevista, dispuestos a respondernos cualquier duda e interrogante que tengamos con respecto al tema de la investigación. El lugar de estudio en el que se encontraban los productores es La Arena una provincia pequeña y humilde, donde la gran mayoría de los pobladores ejercen la agricultura.

En total serán 10 productores entrevistados ya que de acuerdo a nuestro autor guía el tamaño de muestra sugerido en el tipo de estudio fenomenológico es de 10 casos. De acuerdo con lo mencionado se realizó la entrevista a los siguientes productores:

PARTICIPANTES	
Entrevistado #1	Chiroque Vilchez, Martin
Entrevistado #2	Curay Lupupe, Armando
Entrevistado #3	Ipanaque Ipanaque, Segundo
Entrevistado #4	Ipanaque Rivera, Raul
Entrevistado #5	Silva Chiroque, Ernesto
Entrevistado #6	Temoche Álvarez, Félix
Entrevistado #7	Temoche Zapata, Maximo
Entrevistado #8	Temoche Zapata, Roberto
Entrevistado #9	Vilchez Chiroque, Teodoro
Entrevistado #10	Vilchez Masías, Jesús Manuel

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La recolección de datos ocurrirá en los ambientes naturales y comunes de las personas entrevistadas. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.397) Se realizó un viaje hasta el lugar donde se encontraban los participantes para así poder obtener la información necesaria y así puedan contarnos sus experiencias a través de la entrevista.

En el presente trabajo de investigación, se ha dado uso de la entrevista siendo utilizada como una técnica de recolección de datos para realizar el análisis del texto, contando como instrumento a las entrevistadoras y a su vez las herramientas utilizadas para lograr obtener la información será el uso de audio y tomas fotográficas.

La entrevista es semiestructurada, se basan en una guía de preguntas y los entrevistadores pueden realizar otras preguntas adicionales para poder obtener mayor información. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.403). Para la entrevista se utilizó un formato de las preguntas que se realizaron y adicionalmente se agregaron más preguntas para obtener más información por parte de los productores con el fin de precisar lo investigado.

2.5 Procedimiento

En la presente investigación como método de recolección de información se realizó la entrevista a los productores de algodón del distrito de La Arena. En la matriz de categorización se tiene como categoría principal a la asociatividad y subcategorías al financiamiento y la producción, como método de análisis de la información se utilizó la

recopilación de la información de los productores de algodón para la posterior interpretación del texto a través de las categorías y subcategorías demostradas por medio de la entrevista para después realizar la triangulación.

2.6. Método de análisis de información

El método utilizado fue la recopilación de información de los productores de algodón para la posterior interpretación del texto, haciendo así el uso de las categorías y subcategorías mostradas a través de la entrevista. Una vez obtenida la información necesaria para la investigación, se procedió a realizar la triangulación.

2.7. Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación está realizado con datos auténticos y reales, teniendo en cuenta las citas y respetando a su vez los derechos de autor. La presente investigación se desarrolló con objetividad y honestidad, realizando el presente trabajo de investigación sin intención de plagio, así mismo cabe resaltar que el instrumento utilizado fue la entrevista contando así con la validación de tres expertos docente en el área estudiada.

III. RESULTADOS

Haciendo referencia al objetivo general identificar cómo la asociatividad favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019.

Financiamiento

El financiamiento de los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019. De acuerdo a la investigación obtenida a través del instrumento utilizado para la presente investigación, teniendo en cuenta lo que menciona el autor Pombo y Navarro (2018, p.202) El financiamiento propio va a comprender los recursos aportados por el titular de la empresa en este caso empresas individuales o también por los socios o accionistas en el caso de sociedades y a su vez los recursos que se generan en la propia empresa descrito como la autofinanciación. Lo cual también es corroborado por Chiroque (2019) considerando que no reciben ayuda financiera por parte del estado debido que no apoyan al agricultor, por eso se autofinancia con sus propios recursos; quien afirma también Vilchez (2019) obtuvo beneficios financieros, pero no lo necesario, debido a que la cooperativa era la que más ganancia adquiere y lo que restaba era para el agricultor, es por ello que decidió trabajar individualmente y obtener su propio financiamiento. Considerando también a Ipanaque (2019) actualmente no cuenta con beneficios financieros, es por eso que decidió trabajar con sus propios recursos, por ello Temoche, M. (2019) aún no tiene beneficios financieros debido a que no se encuentra asociado y su financiamiento lo consigue por el mismo. Del mismo modo, Temoche, F. (2019) no cuenta con beneficios financieros, y obtiene financiamiento propio. Silva (2019) no se encuentra asociado, por lo cual no presentó una dificultad financiera y esto se debe a que financiamiento que obtiene es propio. Según lo percibido muchos de los productores obtienen financiamiento propio, debido a que la gran parte de los mismos no pertenecen a una asociación o cooperativa, pero indirectamente están de acuerdo con Pombo y Navarro. Teniendo en cuenta a OCDE (2016, p.40) quien menciona las formas que más se recurre del financiamiento durante las etapas de creación son los recursos personales, familiares y amigos, además del endeudamiento bancario (a través de préstamos, líneas y tarjetas de crédito), a los cuales se puede sumar los préstamos blandos y aportes públicos no reembolsables. Lo cual también es afirmado por Vásquez (2016, p.41) el crédito y su costo para financiar la agricultura, presenta una cobertura reducida debido a que existen agentes prestamistas informales quienes conocen el proceso de reducir niveles de excedentes, les facilitan recursos para que la actividad de producción tenga crecimiento en sus ingresos. La banca tradicional no es participe del financiamiento, es indiferente con la pequeña agricultura pero facilita recursos

para que los agentes económicos puedan estar relacionados de manera directa o indirecta con los prestamistas de campañas agrícolas, De acuerdo a Temoche, F. (2019) quien corrobora que por parte del estado no cuenta con ninguna ayuda financiera y que no tiene conocimientos acerca de alguna ayuda para el agricultor, por lo general suele recurrir a la ayuda financiera de la familia ya que también son agricultores o de prestamistas, al igual que Ipanaque, R. (2019) Al no tener beneficios financieros con COSTACH optó por vender su algodón a terceros como a Creditex y la Sra. Rosario Campos, también recurrió a los préstamos y créditos, Por ello, Silva (2019) indica que no tuvo beneficios financieros ya que Agrobanco no lo apoyó al estar asociado es por eso que recurre mayormente al crédito o préstamos a entidades financieras. Vilchez, M. (2019) quien no obtuvo beneficios financieros, pero individualmente trabaja con entidades como Mibanco, Caja piura y otras financieras. Cuenta con la ayuda de un asesor para obtener créditos en las entidades financieras, pero tiene problemas cuando le cambian de asesor debido a que también tiene que cambiar de entidad financiera. Estando en desacuerdo afirma Chiroque (2019) quien sí obtuvo beneficios financieros, porque tiene buena producción de algodón y está afiliado a Agrobanco, debido a que le brinda facilidad de crédito y préstamos, podemos observar que los entrevistados están de acuerdo indirectamente con lo planteado por OCDE y Vásquez, ya que es importante contar con préstamos y créditos para ayudar al crecimiento de la producción, sin embargo tenemos a chiroque en desacuerdo y esto se debe a que el si cuenta con apoyo por agrobanco gracias a su buen aproduccion, para MINAGRI (2012, p.54) la falta de una correcta y efectiva coordinación entre los diferentes niveles del gobierno que harán una mejora en sus capacidades instaladas y operativas específicamente en las Direcciones o Gerencias Regionales Agrarias y así también en sus Agencias, que son las que intervienen de una manera directa con el productor agrario en el entorno regional y local. Estando en desacuerdo Ipanaque, R. (2019) anteriormente recibió ayuda por parte de Agrobanco pero le dieron a destiempo los créditos, explicó que en el año 2017 tuvo una deuda por motivos climáticos pero llegó a pagar la misma obteniendo otro crédito sin embargo, no se lo dieron en la fecha indicada, está de acuerdo Vilchez, M. (2019) quien no recibió ayuda financiera por parte del estado y no tiene conocimiento debido a que no está asociado con el estado, porque a su parecer es pérdida de tiempo ya que no muestran interés en ayudar al agricultor o en brindar su apoyo. Confirmado también por Temoche, M. (2019) quien actualmente no recibe ayuda por las instituciones del estado, anteriores años si ha tenido apoyo sin embargo se presentaron dificultades, y no resulto como lo que esperaba, los ingenieros que les ayudan solo se acercan cuando ven que la producción está

bien para que obtenga ganancias de lo contrario ni se aproximan. Corroborado por Ipanaque, S. (2019) quien dice que no recibe ayuda por parte de las instituciones del estado, no está informado sobre si el estado brinda apoyo al agricultor ya que ellos no se pronuncian, solo lo hacen cuando ven que el cultivo está dando ganancias. A su parecer el estado debería tomar decisiones que beneficien al agricultor. Como podemos observar no todo los entrevistados están de acuerdo con MINAGRI, debido a que nos dice que el estado debería tener más coordinación con respecto a los agricultores, sin embargo, se encuentra en desacuerdo Ipanaque, R (2019), a diferencia de los demás entrevistados quien indirectamente opinan lo mismo. Es por ello que Stallings y Studart (2006, p.28) con respecto al financiamiento las pymes cuentan con grandes dificultades para obtener el mismo. Además del mercado de bonos y el mercado de acciones están ciertamente limitados a dirigirse a empresas más grandes de cada país. Por ello, el financiamiento bancario tiende a ser la única alternativa como autofinanciamiento para aquellas empresas más pequeñas. Es afirmado por Curay (2019) que al estar asociado a la Cooperativa Agraria de Servicios Múltiples Tallan Chusis (COSTACH) presentó dificultades financieras porque la cooperativa se endeudo, no entregaban los materiales para siembra a tiempo y no eran puntuales en sus pagos así que tenía que solventar sus gastos solicitando préstamos o créditos contando con autofinanciamiento. Quien afirma también es Ipanaque, R. (2019) teniendo dificultad financiera al estar asociado a la Cooperativa Agraria de Servicios Múltiples Tallan Chusis (COSTACH) ya que le cobraban por asistencia técnica, y la gran parte de la ganancia la obtenían ellos. Está en desacuerdo Temoche, M. (2019) ya que no tiene dificultad financiera porque no ha está asociado y los recursos financieros que obtienen son propios a pesar de eso es poco lo que ha producido, este año empezó a sembrar el algodón ya que dejó de hacerlo hace 12 años, al iniciar tuvo dificultades por las plagas. Sin embargo, Temoche, R. (2019) está en desacuerdo porque no tuvo dificultad financiera ya que no se encuentra asociado, pero anteriormente pertenecía a una asociatividad presentando dificultades porque los gastos provenían de su propia inversión. Se puede reflejar que todos los entrevistados se encuentran de acuerdo con Stallings y Studart, debido a que la gran parte del mismo ha tenido en ciertos momentos dificultades para obtener financiamiento.

Producción

Producción de algodón con fines de exportación en el departamento de Piura - La Arena, 2019. De acuerdo a la investigación obtenida a través del instrumento utilizado para la presente investigación, teniendo en cuenta lo que menciona el autor Kotler (2003, p.11) el concepto de producción es uno de los más antiguos dentro del campo de los negocios, el mismo sostiene que los consumidores tienden a preferir aquellos productos que están ampliamente disponibles y cuentan con bajo costo. En cambio, los gerentes de las empresas dedicados a la producción se concentran en tener un aumento en la eficiencia de la producción. Así mismo, García de Diego, Parra y Rojo (2007, p.13) menciona que el término de producción en el ámbito empresarial se refiere a la actividad económica que tiene como objetivo principal la transformación de un factor o factores en otros, incluyendo así un valor con el fin de satisfacer las necesidades de las personas, así mismo el factor se vuelve apto de transacción. Por ello, la producción es un concepto amplio debido a que casi todas las actividades humanas se pueden incluir. Se puede corroborar por Temoche, R. (2019) Actualmente la producción de algodón está regular, debido a que el precio ha disminuido ya que el año pasado costaba S/ 180.00 por quintal este año ha bajado a S/ 120, son S/ 60.00 de diferencia. Este año ha sembrado 5 hectáreas, se proyecta a cosechar 100 quintales por hectárea, pero por la baja del precio del algodón está perdiendo S/ 6000. En cada campaña los productos que compran para el mantenimiento del cultivo tienen mayor costo en el mercado, pero cuando venden lo producido, la ganancia es menor. Progresivamente Ipanaque, R. (2019) menciona que la producción de algodón ha mejorado pero el problema es al venderlo, debido a que Creditex se stockeo comprando a Lambayeque unos 500 quintales ya que el costo era menor, ellos lo venden a S/ 120.00 cobrándole a S/ 35.00 soles el quintal y para producir un quintal gastan S/ 100 no se obtiene mucha ganancia ya que solo se quedan con aproximadamente S/ 85.00. Además, Temoche, R. (2019) manifiesta que todas las ventas van siempre a la desmotadora ubicada en el Puente del Moche, anteriormente existía otra desmontadora ubicada en Piura, actualmente todas las ventas van a Creditex, sin embargo, el costo de la producción es mayor de lo que se gana al venderlo. Por consiguiente, Vilchez, M. (2019) menciona que las ventas se dirigen a Creditex, y las ganancias son de 1000 a 3000 soles, pero no es mucho debido a que los costos de producción son altos, el año pasado obtuvo 180 por quintal y actualmente está 120 el quintal y para que pueda vender el algodón tiene que esperar entre 2 a 3 días, debido a que los consumidores esperan el costo más bajo y la mayoría ofrece su algodón barato. También Vilchez, M. (2019) quien considera que asociarse es favorable para el

aumento de producción, además todos los costos de producción serían menos, ya que por lo general los consumidores compran a bajo costo, las financieras los incentiva a asociarse. Al respecto, los entrevistados están de acuerdo con ambos autores ya que al vender la producción obtenida del algodón el costo es menor y no obtienen mayores ganancias porque el mantenimiento y producción del cultivo es costoso. Por otro lado, Stocking (2003, p.84) quien habla de las dificultades que se pueden presentar en la producción es la degradación del suelo, el uso excesivo del agua y la contaminación del ambiente. Mientras siga habiendo cambios que alteren la producción los agricultores verán una deficiencia en su producción. Corroborando con el autor Silva (2019) la producción del algodón ha disminuido porque no tiene acceso a créditos, no se les brinda la atención necesaria ya que no les da abono, veneno y demás productos para el mantenimiento de la cosecha. Además, al momento de vender el algodón los terceros suelen comprarlo muy barato, los que compran más son Creditex y la Sra. Rosario Campos, ellos se encargan de colocar sus precios. Así mismo, Temoche, R. (2019) quien considera otras dificultades para asociarse ya que, si es favorable, sin embargo, existen entre ellos la desconfianza, falta de compromiso e irresponsabilidad es por eso que deben evaluarse para considerar a los productores que quieran crear una asociatividad, debido a que tendrían el mismo objetivo con respecto a la producción e incremento de ingresos. Anteriormente un grupo pequeño de agricultores estaban trabajando con una empresa privada LyB, actualmente les está yendo bien porque existe la confianza entre ellos, pero les falta la parte legal, solicitaron ciertos requisitos como un record de cada campaña, que no estén en infocorp y que puedan pagar. Por consiguiente, Ipanaque, S. (2019) quien está de acuerdo que asociarse ayuda al aumento de producción, el trabajo en equipo es bueno, pero cambiar la política en el agricultor es difícil uno está acostumbrado a trabajar sólo es una situación crítica y la principal dificultad es que el agricultor no cambia su ideología y no quiere tener más conocimientos acerca de los beneficios que obtendrían para ellos mismo. Además, Vilchez, T. (2019) quien informa que, si es favorable asociarse, pero deben tener el dinero para los cultivos ya que tienen dificultades con las entidades bancarias por que sólo brindan préstamos o créditos a las personas que cuentan con más de 30 hectáreas. Se puede percibir que el entrevistado Silva y Vilchez está de acuerdo con el autor Stocking porque al no tener cómo comprar los materiales para el mantenimiento del cultivo no tendrían una buena producción y los demás entrevistados están en desacuerdo ya que ellos presentan otros tipos de dificultades como la falta de confianza, compromiso, irresponsabilidad e individualismo por parte de los productores.

IV. DISCUSIÓN

La investigación titulada Asociatividad de productores de algodón para las confecciones de prendas textiles con fines de exportación del departamento de Piura - La Arena (2019), de acuerdo con los objetivos planteados se realizó la discusión:

De acuerdo con las entrevistas, los productores de algodón están dispuestos a asociarse con otros productores y así en conjunto obtener beneficios a través de las entidades financieras, puesto que de esta manera los mismos podrán lograr favorecer su financiamiento y su producción ya que si bien es cierto actualmente para el agricultor no le es fácil obtener créditos bancario, préstamos y materiales para sus cultivos por lo mismo que sus costos de producción son altos y no cuentan con los recursos necesarios para poder seguir cultivando el algodón como ellos lo esperan, si bien es cierto el asociarse va a requerir compromiso de los productores interesados a formar parte de la misma, debido a que se enfrentan constantemente a dificultades como la desconfianza y la irresponsabilidad teniendo como consecuencia la deficiencia de la producción del algodón, estando de acuerdo con Aiquipa, Bello, Changra y Mosto (2017) tiene que Lurin solo cuenta con una Asociación Ganadera de vacunos de carne siendo el Fondo de Ganadería Intensiva de Carne de Vacuno (FONDGICARV), presentando dificultades como: Poca capacidad financiera, debido a los pocos socios (42 miembros) y alta tasa de morosidad en los pagos mensuales de estos. Otros socios también se dedican a los carniceros, comisionistas y propietarios de camal. Existen miembros donde sus productos van dirigidos al mercado formal e informal, esta desigualdad entre ellos crea problemas en acuerdos, objetivos y metas ocasionando conflictos de interés y desconfianza entre los socios. Así mismo, afirma Algalobo y Pusse (2017) respecto al tema asociativo los principales problemas encontrados, están relacionados con la desconfianza, individualismo, irresponsabilidad y falta de cooperación que frenan el desarrollo de la actividad agrícola; a pesar de ello el 95% de productores estarían dispuesto a formar parte de un modelo asociativo, Temoche, R. (2019) quien considera que la asociatividad es importante debido a que genera beneficios, sin embargo estando de acuerdo con los autores, las dificultades que se tienen que tratar para asociarse es la desconfianza, la falta de compromiso e irresponsabilidad para sí lograr eficiencia en conjunto. Corroborando con lo planteado informa Chiran (2018) que para solucionar los problemas presentados en la ciudad de Otavalo, se realizó la propuesta de asociatividad con el fin de que los productores textiles tengan acceso a grandes beneficios ya que si bien es cierto de manera individual será difícil de conseguir. Entre los más importantes se encuentra: la reducción de costos de materia prima, la incorporación de

tecnología, el posicionamiento en el mercado y el fácil acceso a créditos financieros, estando de acuerdo indirectamente con lo planteado por el autor los siguientes entrevistados como: Ipanaque, R. (2019) quien informa que por lo general recurre a créditos y préstamos de entidades financieras, debido a que el estado no lo apoya y de la misma manera Vilchez, M. (2019) quien individualmente trabaja con entidades como Mibanco, Caja piura y otras financieras para obtener créditos y préstamos bancarios, también por Cáseres y Mendoza (2016) antes de asociarse la producción y comercialización de la leche se daba de manera de prueba, donde más se beneficiaba el intermediario; la asociatividad permite el mejor manejo del plantel del ganado para la producción de leche ya que permitió el crecimiento de producción de la misma y a la vez cumplir con los estándares de calidad para su comercialización a un mejor precio de manera conjunta y organizada a GLORIA. lo mismo podemos observar que sucede con los productores de algodón cuando pertenecen a una asociación, el intermediario es el que más ganancias recibe y el que más se beneficia en vez de que sean los mismos productores. Ipanaque, R. (2019) quien indica que indirectamente está de acuerdo con el autor ya que cuando estuvo asociado con (COSTACH) también tuvo dificultades, debido a que por ser cooperativa le cobraban por asistencia técnica, y la gran parte de la ganancia la obtenían los terceros. Por otro lado, Oscategui y Rosas (2018) se tiene que en el ámbito rural emerge la asociatividad de pequeños agricultores que se da como estrategia o alternativa de vida ya que generaría oportunidades y posibilidades para el crecimiento económico de los pequeños productores y así evitar limitaciones y dificultades para que tengan acceso a mercados, capacidades y habilidades de gestión y tener buenos recursos para la producción agrícola. El proceso asociativo es importante para el pequeño productor así podrá desarrollar su productividad y su persona porque al no asociarse no tendrían competitividad en el mercado, sus precios serán bajos ya que al conformar la asociación Pucaccasa mejorará su producción y productividad en su agricultura así también mejorará su estilo de vida. Estando indirectamente de acuerdo Temoche, R. (2019) mencionando que, si es favorable asociarse, pero entre ellos existen dificultades como la falta de compromiso e irresponsabilidad, también Ipanaque, S. (2019) afirma que asociarse es favorable ya que ayuda al aumento de la producción, pero la ideología del agricultor es diferente porque está acostumbrado a trabajar solo y Vilchez, T. (2019) dice que es favorable asociarse, pero tienen dificultad para obtener préstamos o créditos para el mantenimiento de su cultivo.

Por ello, podemos decir que para que los agricultores puedan lograr aumentar su crecimiento y producción en sus cultivos de algodón necesitan de ayuda del estado debido a lo ya mencionado como el alto costo de producción, sin embargo, el estado aún es indiferente con los pequeños productores, no los apoyan y tampoco buscan una solución que beneficie al agricultor, los mismos productores no tienen conocimiento de alguna ayuda por parte del estado peruano. Para esto los productores esperan que el estado se ponga en su posición y apoye a todos los agricultores y no solo a los que cumplen con sus requisitos. Así mismo afirma Pérez (2018) los mecanismos que promocionan y facilitan a la exportación que son brindado por el MINCETUR, Gobierno Regional, Local y del sector privado y público son mínimos, ya que no todos los artesanos están beneficiados porque algunos reciben apoyo mientras que otros no, brindado capacitaciones, asesorías sobre exportación, investigación de mercado, estrategias de venta, maquinarias, etc. De acuerdo a lo que nos informa el autor, los productores de algodón no tienen conocimientos de algunas entidades que ayudan al agricultor y sólo algunos reciben asesorías de exportación de sus productos lo cual dificulta el incentivo para que los productores puedan seguir cultivando el algodón, afirma Vilchez, M. (2019) hace mención que no recibe ayuda por parte del estado y no tiene conocimiento ya que el estado no muestra interés en ayudarlos, estando de acuerdo, Ipanaque, S. (2019) no ha recibido ayuda por parte del estado y no sabe si brindan apoyo según su opinión el estado debería tomar decisiones que brinden al agricultor.

V. CONCLUSIONES

Conclusiones:

Se puede concluir que los productores de algodón buscan obtener un resultado más favorable y beneficios financieros de entidades privadas o estatales contado con préstamos y créditos fáciles de adquirir ya que el financiamiento actualmente es una de las principales dificultades y carecen de apoyo por parte del estado, considerando que el sector de la agricultura está olvidado porque no reciben el apoyo correspondiente. Así mismo, puedan tener apoyo en la mano de obra durante el proceso de producción de algodón y la vez crecer y mejorar de manera más organizada con metas y objetivos claros.

El proceso asociativo, dará la iniciativa a los miembros de desarrollarse personalmente, es decir tratar de ir más allá de lo planteado no solo limitarse en las capacitaciones y asesorías que le brindara la asociatividad también como algo personal, al adquirir más conocimientos y poder aprender más de lo que le enseñen, como la cultura exportadora ya que los productores de algodón no cuentan con ese conocimiento debido a que suelen vender a intermediarios, una vez obtenido lo aprendido podrán superarse a sí mismos y así podrán llegar a vender el algodón al mercado internacional por sus propios méritos contando con los aprendizajes necesarios para realizar negocios con el exterior y poder exportar el algodón obteniendo aumento en sus ingresos y beneficios de la exportación, les brindará mayores oportunidades para su crecimiento en el mercado.

La asociatividad permitirá a los pequeños productores obtener resultados favorables y percibir un ingreso más estable mejorando su rentabilidad, ya que con los productores involucrados logran tener una mayor inversión y también priorizar aspectos importantes sin que les afecte mucho los costos de producción cubriendo así las necesidades de cada uno. De esta manera, podrán solventar sus gastos sin deudas y atrasos en sus pagos. Así mismo, de acuerdo a lo estudiado y a través de la entrevista realizada a los productores de algodón, se afirma que la gran parte de productores opinan que la asociatividad es un modelo que ayuda a favorecer el financiamiento y la producción en el departamento de Piura - distrito la Arena, para ello las personas que estén dispuestas a ser partícipes tienen que mostrar interés, compromiso y dedicación para lograr realizar una asociatividad eficiente sin discusiones o desconfianza entre ellos mismos.

VI. RECOMENDACIONES

Recomendaciones:

Llevar a cabo una reunión entre los productores de algodón o aquellas personas que cuenten con hectáreas de algodón interesadas en realizar la asociatividad para que de esta manera puedan permitir mejorar su producción y financiamiento, se tendrá que identificar quién será la persona a cargo con la que van a cooperar y en quien van a confiar ya que los va a orientar durante todo el proceso. Además, realizar constantemente capacitaciones y asesorías a los productores de algodón para que cuenten con los conocimientos necesarios acerca de su producción, así mismo, puedan vender el algodón y poder exportarlo con la ayuda de personas especializadas en temas de exportación como la Cámara de Comercio, Adex o Promperu.

Llevar a cabo reuniones con el estado o entidades encargadas del sector agrario como MINAGRI y tratar de conseguir apoyo para el incremento y desarrollo de los pequeños productores de algodón, ya sea con beneficios económico, talleres, capacitaciones que ayuden a facilitar su crecimiento. Así mismo, el estado debe realizar reformas donde las entidades bancarias brinden facilidades de préstamos bancarios o créditos a los pequeños productores, teniendo en cuenta el alto costo de producción, precio del algodón y clima, considerando que la mayoría es de bajos recursos y trabajan de la agricultura para poder subsistir. Para que el proceso asociativo sea eficiente, los productores no solo se deben centrar en mejorar el aspecto económico y productivo sino también su vida personal en donde puedan adquirir beneficios y solventar sus necesidades sin ningún problema.

Con respecto a la producción deberían contar con un equipo o profesional especializado que los apoye a trabajar con la calidad del producto, teniendo un mejor control de las plagas y además implementar bajo las certificaciones BPA (Buenas Prácticas Agrícolas) con la finalidad de que el algodón llegue a otros mercados donde lo quieran adquirir a un mejor precio generando mayores ingresos a los productores.

VII. REFERENCIAS

- Aiquipa, C.; Bello, L.; Changra, L. y Mosto, R. (2017). *La Asociatividad Empresarial como modelo de gestión para aumentar la competitividad de las Medianas Empresas Formales de Engordadores de Ganado Bovino en el Distrito de Lurín*. (Tesis para obtener el título de Administrador de empresas). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima - Perú. Recuperado de: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621873/AIQUIP_A_MC.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Algalobo, B. y Pusse, K. (2017). *Asociatividad como estrategia de desarrollo para la exportación del limón sutil del distrito de olmos*. (Tesis para obtener el título de Licenciados en Negocios Internacionales). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque - Perú. Recuperado de: <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1309/BC-TES-TMP-142.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Andrade, M. (2014). *Plan de exportación de café a Hamburgo, Alemania*. Universidad de América Latina. (Tesis para obtener el título de Licenciada en Negocios Internacionales). Universidad de América Latina, Xalapa. Recuperado de: <http://www.udalxalapa.edu.mx/TesisPDF/2008/MariaIreneAndradeSanchezNegocios.pdf>
- Asociatividad, Asistencia Técnica y Extensión Rural e innovación tecnológica en el algodón (2018). *más que algodón*. Recuperado de: <http://www.fao.org/3/I7920ES/i7920es.pdf>
- Barreto, J. Cortés, G. Bonilla, N. Rojas, F. (2015). *Asociatividad: estrategia para el desarrollo nacional*. Recuperado de: <https://books.google.com/books?id=5uk0DwAAQBAJ&pg=PA49&dq=QUE+ES+LA+ASOCIATIVIDAD&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi47eqbiuTiAhXPqFkKHW6mDXgQ6AEILzAB#v=onepage&q=QUE%20ES%20LA%20ASOCIATIVIDAD&f=false>
- Caba, N., Chamorro, O. y Fontalvo, T. (2016). *Gestión de la producción y operaciones*. Recuperado de: http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55847.pdf
- Caldas, M., Castellanos, A. e Hidalgo, M. (2016) *formación y orientación laboral*. Recuperado de: <https://books.google.com/books?id=h3s6DAAAQBAJ&pg=PA244&dq=poder+de+negociacion+2016&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjUvba->

[7dzjAhUFVN8KHasOAjkQ6AEIMDAB#v=onepage&q=poder%20de%20negociacion%202016&f=false](https://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/41/1/C%C3%A1ceres_Abraham_y_Mendoza_Daywis.pdf)

- Cáceres, A. y Mendoza, D (2016). *Impacto de la Asociatividad en la rentabilidad de la Asociación de Ganaderos Agroindustria San Juan Gallito, distrito de San José, provincia y departamento de Lambayeque periodo 2012 – 2015*. (Tesis para obtener el título de Ingeniero Comercial). Universidad Juan Mejía Baca, Chiclayo - Perú. Recuperado de: http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/41/1/C%C3%A1ceres_Abraham_y_Mendoza_Daywis.pdf
- Chirán, J. (2018). *Propuesta de Asociatividad para generar desarrollo en el sector textil artesanal del cantón Otavalo*. (Trabajo de titulación presentado como requisito para la obtención del título de Economista). Universidad san francisco de Quito, Quito. Recuperado de: <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/7687/1/140336.pdf>
- Correa, E. y Fernández, J. (2017). *Modelo de abastecimiento para reducir costos en las importaciones de telas provenientes de china en la empresa inversiones yajced S.A.C; Lima, 2015 - 2016*. USMP. Chiclayo - Perú. Recuperado de: https://www.google.com/search?q=MODELO+DE+ABASTECIMIENTO+PARA+REDUCIR+COSTOS+EN+LAS+IMPORTACIONES+DE+TELAS+PROVENIENTES+DE+CHINA+EN+LA+EMPRESA+INVERSIONES+YAJCED+S.A.C%3B+LIMA%2C+2015+%E2%80%93+2016&rlz=1C1GCEA_enUS849US849&oq=MODELO+DE+ABASTECIMIENTO+PARA+REDUCIR+COSTOS+EN+LAS+IMPORTACIONES+DE+TELAS+PROVENIENTES+DE+CHINA+EN+LA+EMPRESA+INVERSIONES+YAJCED+S.A.C%3B+LIMA%2C+2015+%E2%80%93+2016&aqs=chrome..69i57j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#
- ComexPerú (2018, septiembre, 28). *El repunte de las exportaciones textiles*. Recuperado de: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/el-repunte-de-las-exportaciones-textiles>
- Dirección General de Políticas Agrarias - Dirección de Estudios Económicos e Información Agraria (2019) *Observatorio de Commodities: algodón*. Recuperado de: http://agroaldia.minagri.gob.pe/biblioteca/download/pdf/tematicas/e-economia/e71/commodities_algodon_ene19.pdf
- Duarte, J. (2017). *Evolución de los modelos de Asociatividad Empresarial y de Economía Colaborativa en Colombia*. (El Título De Administradora de Empresas).

- Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá – Colombia. Recuperado de:
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16086/Duartecasta%F1edaJennyRocio2017.pdf;jsessionid=7000F0DF8E54614166F732061DC6D8B4?sequence=1>
- García, I. (2018, febrero, 5). *¿Qué es la exportación de productos?*. Emprende Pyme.net. Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-exportacion-de-productos.html>
- García de diego, A. Parra, D. y Rojo, A. (2007). *Nuevas tecnologías para la producción periodística*. Madrid - España. Recuperado de:
https://books.google.cl/books?id=EUjCFmlZ7GIC&pg=PA13&dq=concepto+de++produccion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj3tGKjL_1AhVyTt8KHbOzBxgQ6AEIXjAH#v=onepage&q=concepto%20de%20%20produccion&f=false
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ª Edición). México: Editorial Mc Graw- Hill.
- Ideaspropias Editorial S.L (2015). *Técnicas de Negociación*. Recuperado de
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1c76GxGYqcC&oi=fnd&pg=PA1&dq=negociacion+definicion&ots=L6R37mlC2t&sig=-NKofOFinaTi_tj6sXeIVGKH0hQ#v=onepage&q=negociación%20definicion&f=false
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura - IICA (2018). *Manual 5: El mercado y la comercialización*. Recuperado de
<http://repositorio.iica.int/bitstream/11324/7088/1/BVE18040224e.pdf>
- Kotler, P (2003). *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. México. Recuperado de:
https://books.google.cl/books?id=XPWmfMEh2kkC&pg=PA11&dq=concepto+de++produccion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj3tGKjL_1AhVyTt8KHbOzBxgQ6AEIMDAB#v=onepage&q=concepto%20de%20%20produccion&f=false
- Mathews, J. (2014). *Agenda 2014. Propuesta para mejorar la descentralización: Asociatividad Empresarial*. Universidad del Pacífico Centro de Investigación. Recuperado de <http://agenda2014.pe/publicaciones/agenda2014-asociatividad-empresarial.pdf>
- Melgarejo, J. (2018). *Factores críticos en la logística internacional para la exportación de la empresa agrovet market S.A., 2018*. (Tesis para obtener el título profesional de

- licenciado en negocios internacionales). Universidad Cesar Vallejo, LIMA – PERÚ. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/32248/Melgarejo_MJR.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Ministerio de Agricultura y Riego (Abril, 2012). *Plan Estratégico Sectorial Multianual 2012 - 2016*. Recuperado de: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/DD7BCB4FF225E35005257B6D006F81ED/\\$FILE/pesem2012-2016-1.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/DD7BCB4FF225E35005257B6D006F81ED/$FILE/pesem2012-2016-1.pdf)
- Ministerio de Agricultura y Riego. (2018). *Encuesta nacional de intenciones de siembra 2018*. Recuperado de: <http://siea.minagri.gob.pe/siea/sites/default/files/resumen-ejecutivo-enis2018-rev18jul18.pdf>
- OCDE (2016). *Startup América latina 2016: construyendo un futuro innovador*. Paris. Recuperado de: <https://books.google.com/books?id=AWIKDQAAQBAJ&pg=PA52&dq=estudios+del+centro+de+desarrollo+startup+am%C3%A9rica+latina+2016+oecd+-+paris&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjf9u7hmMHjAhWVQc0KHdHgDAgQ6AEIKTAA#v=onepage&q=estudios%20del%20centro%20de%20desarrollo%20startup%20am%C3%A9rica%20latina%202016%20oecd%20-%20paris&f=false>
- OCDE (2016). *Panorama de las Administraciones Públicas: América Latina y el Caribe 2017*. Paris. Recuperado de: <https://books.google.com/books?id=zeypDQAAQBAJ&pg=PA108&dq=rendimiento+2017&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjE2pu-c3jAhUBjlkKHQYpDfkQ6AEIKTAA#v=onepage&q=rendimiento%202017&f=false>
- Oscategui, E. y Rosas, I (2018). *Asociatividad de productores de papa pucaccasa y sus efectos en el mejoramiento socioeconómico familiar en el Distrito de Pazos, Huancavelica 2018*. (Tesis para obtener el título profesional de licenciado en Sociología). Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo - Perú. Recuperado de: http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4934/Oscategui%20Lopez%20-%20Rosas%20Aramburu_compressed.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ospina, A. y Alzate, J. (2018). *La asociatividad como estrategia para gestionar los procesos de desarrollo empresarial y solución a problemáticas sociales*. Revista

- gestión empresarial y financiera 2018. Recuperado de:
revistas.sena.edu.co/index.php/log/article/download/1669/1790
- Pacahuala, M. (2015). *Reducción de costos operativos en desarrollo mediante actualización de estándares en perforación y voladura, caso de la empresa especializada mincotrall S.R.L.* Universidad Nacional Del Centro Del Perú. Huancayo - Perú. (Tesis para optar el título profesional de ingeniería de minas). Recuperado de:
<http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/2179/Pacahuala%20Aguirre.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Peralta, L. (2018). *Estrategias de marketing y la exportación de cebolla amarilla dulce de los productores de arequipa al mercado español 2016-2017.* Universidad Cesar Vallejo. Lima – Perú. (Tesis para obtener el título profesional de licenciada en Negocios Internacionales). Recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/33074/Peralta_LLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pérez, L. (2018). *Asociatividad y exportación de Mate Burilado en Cochas Chico, Huancayo, 2018.* Universidad Cesar Vallejo. Lima – Perú. (Tesis para obtener el título profesional de licenciada en Negocios Internacionales). Recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/33901/Perez_ULN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pombo, J. y Navarro, P. (2018). *contabilidad y fiscalidad* (3.ª edición). Recuperado de:
https://books.google.com/books?id=qm1udwaaqbaj&pg=pa202&dq=concepto+de+financiamiento+2018&hl=es419&sa=x&ved=0ahukewjz576ahq3jahxidn8khwfd_aq0q6aeipzae#v=onepage&q=concepto%20de%20financiamiento%202018&f=false
- Ramírez, M. (2015). *Tendencias de innovación en la ingeniería de alimentos 2015.* Recuperado de:
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LBpOCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA169&dq=que+es+la+comercializacion&ots=cS6_PWx7Gn&sig=2mUlimraEpedm9ryiqYeOpLHLts#v=onepage&q&f=false
- Revista Cubana de Ciencia agrícola. (2014). *Comercialización de los productos y servicios de la ciencia: retos y perspectivas.* La Habana – Cuba. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/1930/193030122007.pdf>

- Rosales, O. (2000) *Elementos de Microeconomía*. Recuperado de: https://books.google.cl/books?id=62gNCThG6EwC&pg=PA60&dq=definicion+d+e+produccion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjh_5C2pMTIAhUFwVkKHbBIAecQ6AEIKTAA#v=onepage&q=definicion%20de%20produccion&f=false
- Sánchez, J. (2013). *Instrumentos y casos prácticos de negociación*. Madrid: Escuela Nacional de Sanidad. Recuperado de: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:500689/n9.5 Instrumentos y casos practicos de negociacion.pdf>
- Stallings, B y Studart, R. (2006). *Financiamiento para el desarrollo: América Latina desde una perspectiva comparada*. Santiago de Chile. Recuperado de: https://books.google.cl/books?id=RTcKRw4_Ob0C&pg=PA28&dq=DIFICULTADES+PARA+OBTENER+FINANCIAMIENTO&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi4sN_knL_1AhWS1FkKHV4gAOUQ6AEIKTAA#v=onepage&q=DIFICULTADES%20PARA%20OBTENER%20FINANCIAMIENTO&f=false
- Soares, L. y Rocha, S. (2015). *Las características y el perfil de un negociador eficaz*. C@LEA – Cadernos de Aulas do LEA. Recuperado de: http://www.uesc.br/revistas/calea/edicoes/rev4_artigo10.pdf
- Stocking, M. (2003). *Manual para la evaluación de campo de la degradación de la tierra*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=ADUTrX6Rx0kC&pg=PA84&dq=problem+de++la+producci%C3%B3n&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiOy_COMsPIAhX_EbkGHZBmADUQ6AEIVTAG#v=onepage&q=problemas%20de%20%20la%20producci%C3%B3n&f=false
- Vásquez, V. (2016). *AGRICULTURA PERUANA: PROMESAS, DESCONOCIMIENTO Y OLVIDO “...balance para NO tropezar con la misma piedra...”*. Recuperado de: <http://iproga.org.pe/descarga/agriculturaperuana2016.pdf>
- Vélez, C. (2018). MF1790_3 - *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. España. Recuperado de: <https://books.google.com/books?id=fl5WDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=que+es+la+comercializacion+2018&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwioju3G1cjjAhVmuVkKHZoBBUkQ6AEISzAG#v=onepage&q=que%20es%20la%20comercializacion%202018&f=false>

ANEXOS

ANEXOS 1 MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN

“Asociatividad de los productores de algodón para las confecciones de prendas textiles con fines de exportación del departamento de Piura - La Arena, 2019.”

OBJETO DE ESTUDIO	PROBLEMA GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN	PROBLEMAS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA INVESTIGACIÓN	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS
Los productores de algodón	¿Cómo la asociatividad favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019?.	Identificar cómo la asociatividad favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019.	¿Como el financiamiento favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019?.	Identificar como el financiamiento favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019.	Asociatividad	Financiamiento
			¿Como la producción favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019?.	Identificar como la producción favorece a los productores de algodón con fines de exportación en Piura - La Arena, 2019.		Producción

ANEXO 2 VALIDACIÓN DE LA ENTREVISTA

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CATEGORIA ASOCIATIVIDAD

Nº	CATEGORIAS / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
FACTORES DEL FINANCIAMIENTO								
1	¿Qué dificultad financiera presentó el proceso de formación de la asociación? Explique.	✓		✓		✓		
2	¿Qué beneficios financieros obtuvo al asociarse con otras productoras? Explique.	✓		✓		✓		
3	¿Cómo ha mejorado sus ingresos después de haberse asociado? Explique.	✓		✓		✓		
4	¿Qué tipo de ayuda financiera recibe por parte de las instituciones del estado? Explique.	✓		✓		✓		
5	¿Cómo cree usted que al asociarse mejora el financiamiento? Explique.	✓		✓		✓		
FACTORES DE LA PRODUCTIVIDAD								
6	¿Cómo se inició en la actividad de producción de algodón? Explique.	✓		✓		✓		
7	¿Cómo se encuentra la situación actual de la producción de algodón? Explique.	✓		✓		✓		
8	¿Hacia dónde se dirige las ventas de producción de algodón? Explique.	✓		✓		✓		
9	¿Considera que asociarse es favorable para el aumento de su producción? Explique.	✓		✓		✓		
10	¿Considera que la asociatividad es un factor importante para promover la producción y exportación? Explique.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Hay Suficiencia

Opinión Aplicable ☒ [X]

Aplicable después de corregir ☐ []

No aplicable ☐ []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr./Mgtr. Lic.:

Percy D. Haldonado Cueva

DNI: *4138093*

Especialidad del validador:

Maestría en Comercio Internacional y Aduanas

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Junio 22 de Junio de 2019
[Firma]
Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CATEGORIA ASOCIATIVIDAD

N°	CATEGORIAS / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
FACTORES DEL FINANCIAMIENTO								
1	¿Qué dificultad financiera presentó el proceso de formación de la asociación? Explique.	/		/		/		
2	¿Qué beneficios financieros obtuvo al asociarse con otras productoras? Explique.	/		/		/		
3	¿Cómo ha mejorado sus ingresos después de haberse asociado? Explique.	/		/		/		
4	¿Qué tipo de ayuda financiera recibe por parte de las instituciones del estado? Explique.	/		/		/		
5	¿Cómo cree usted que al asociarse mejora el financiamiento? Explique.	/		/		/		
FACTORES DE LA PRODUCTIVIDAD								
6	¿Cómo se inició en la actividad de producción de algodón? Explique.	/		/		/		
7	¿Cómo se encuentra la situación actual de la producción de algodón? Explique.	/		/		/		
8	¿Hacia dónde se dirige las ventas de producción de algodón? Explique.	/		/		/		
9	¿Considera que asociarse es favorable para el aumento de su producción? Explique.	/		/		/		
10	¿Considera que la asociatividad es un factor importante para promover la producción y exportación? Explique.	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay Suficiencia

Opinión Aplicable [☒] Aplicable después de corregir [☐] No aplicable [☐]

Apellidos y nombres del juez validador, Dr./ Mgtr./ Lic.: Fernando MAREZ Cano

DNI: 68729589

Especialidad del validador: Sociólogo

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Jun 22 de Junio de 2019

[Firma]
Firma del Experto Informante

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA CATEGORIA ASOCIATIVIDAD

Nº	CATEGORIAS / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
FACTORES DEL FINANCIAMIENTO								
1	¿Qué dificultad financiera presentó el proceso de formación de la asociación? Explique.	✓		✓		✓		
2	¿Qué beneficios financieros obtuvo al asociarse con otras productoras? Explique.	✓		✓		✓		
3	¿Cómo ha mejorado sus ingresos después de haberse asociado? Explique.	✓		✓		✓		
4	¿Qué tipo de ayuda financiera recibe por parte de las instituciones del estado? Explique.	✓		✓		✓		
5	¿Cómo cree usted que al asociarse mejora el financiamiento? Explique.	✓		✓		✓		
FACTORES DE LA PRODUCTIVIDAD								
6	¿Cómo se inició en la actividad de producción de algodón? Explique.	✓		✓		✓		
7	¿Cómo se encuentra la situación actual de la producción de algodón? Explique.	✓		✓		✓		
8	¿Hacia dónde se dirige las ventas de producción de algodón? Explique.	✓		✓		✓		
9	¿Considera que asociarse es favorable para el aumento de su producción? Explique.	✓		✓		✓		
10	¿Considera que la asociatividad es un factor importante para promover la producción y exportación? Explique.	✓		✓		✓		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión Aplicable [☒] Aplicable después de corregir [☐] No aplicable [☐]

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mgtr./ Lic.: MICHA MAGUIA MARY HALLIN DNI: 41478652

Especialidad del validador: DCA. ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

22 de Junio de 2019


Firma del Experto Informante

ANEXO 3 FORMATO DE LA GUÍA DE ENTREVISTA

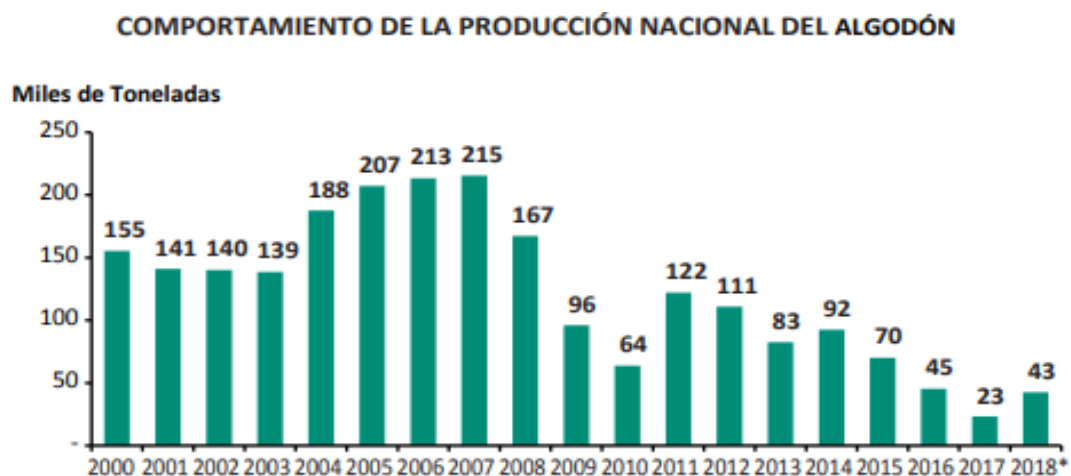
CATEGORÍAS	PREGUNTAS
FINANCIAMIENTO	1. ¿Que dificultad financiera presentó el proceso de formación de la asociación? Explique.
	2. ¿Qué beneficios financieros obtuvo al asociarse con otras productoras? Explique.
	3. ¿Cómo ha mejorado sus ingresos después de haberse asociado? Explique.
	4. ¿Qué tipo de ayuda financiera recibe por parte de las instituciones del estado? Explique.
	5. ¿Cómo cree usted que al asociarse mejora el financiamiento? Explique.
PRODUCCIÓN	6. ¿Cómo se inició en la actividad de producción de algodón? Explique.
	7. ¿Cómo se encuentra la situación actual de la producción de algodón? Explique.
	8. ¿Hacia dónde se dirige las ventas de producción de algodón? Explique.
	9. ¿Considera que asociarse es favorable para el aumento de su producción? Explique.
	10. ¿Considera que la asociatividad es un factor importante para promover la producción y exportación? Explique.

ANEXO 4 Producción mundial de algodón 2013 - 2019

MUNDO: PRODUCCIÓN DE ALGODÓN						
Millones de t						
	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17*	2017/18*	2018/19**
TOTAL	26,2	26,2	21,5	23,1	26,7	25,9
INDIA	6,77	6,56	5,75	5,87	6,35	5,92
CHINA	7,00	6,60	5,20	4,90	5,89	5,94
EE.UU.	2,81	3,55	2,81	3,74	4,56	4,05
PAKISTAN	2,08	2,31	1,54	1,66	1,80	1,69
BRASIL	1,73	1,56	1,29	1,53	2,01	2,41
UZBEKISTAN	0,91	0,89	0,83	0,79	0,80	0,64
OTROS	4,93	4,77	4,07	4,59	5,32	5,27

Fuente: Comité Consultivo Internacional del Algodón

ANEXO 5 Producción de algodón en el Perú 2000- 2018



Fuente: MINAGRI-DGESEP

Elaboración: DGPA-DEEIA

ANEXO 6 Exportación de algodón mundial 2013 - 2019

MUNDO: EXPORTACIONES DE ALGODÓN
Millones de t

	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17*	2017/18*	2018/19**
TOTAL	9,02	7,77	7,54	8,19	9,09	9,34
EE.UU.	2,29	2,45	1,99	3,25	3,45	3,30
INDIA	2,02	0,91	1,26	0,99	1,13	0,96
ZONA CFA.	0,97	0,97	0,98	0,99	1,11	1,27
BRASIL	0,49	0,85	0,94	0,61	0,91	1,35
UZBEKISTAN	0,62	0,55	0,50	0,40	0,34	0,13
AUSTRALIA	1,06	0,53	0,62	0,81	0,85	0,90
OTROS	1,58	1,51	1,25	1,14	1,30	1,43

Fuente: Comité Consultivo Internacional del Algodón

ANEXO 7 Exportación de algodón en el Perú 2010 - 2018

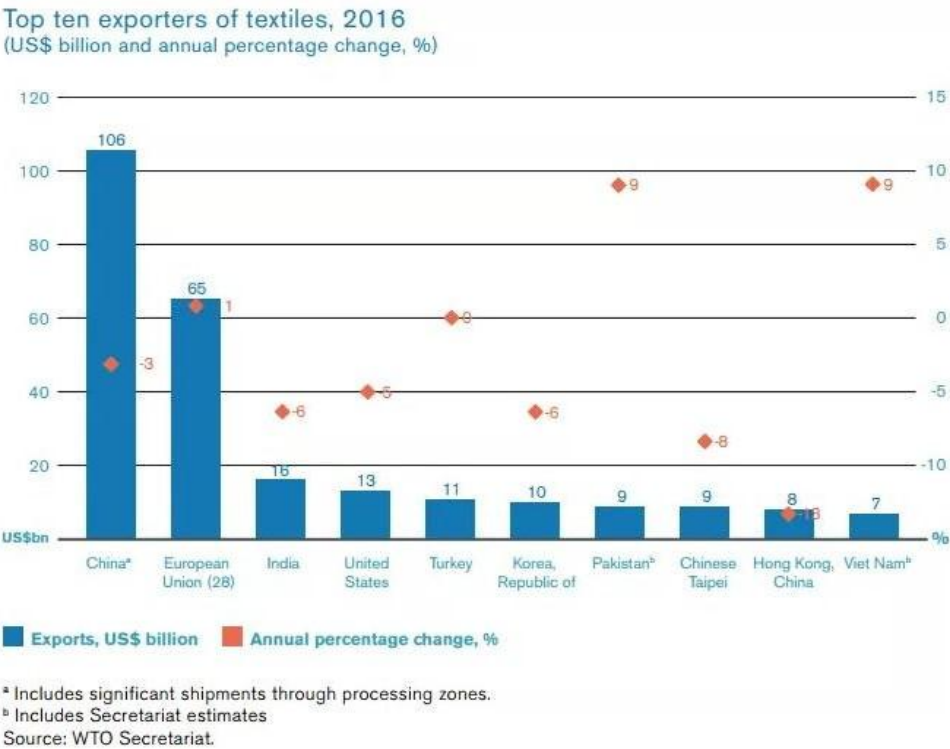
PERÚ: EXPORTACIONES DE ALGODÓN
(En Miles de US\$)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
TOTAL	1 160	8 828	5 111	2 233	4 409	3 405	1 961	1 621	2 550
Algodón sin cardar ni peinar	1 068	7 285	3 890	1 220	3 257	3 216	1 226	995	1 696
Algodón cardado o peinado	0	1 039	711	528	678	155	434	418	758
Desperdicios de algodón (incluido los desperdicios de hilados y las hilachas)	91	505	511	485	474	34	301	208	95

Fuente: SUNAT

Elaboración: DGPA-DEEIA

ANEXO 8 Exportación mundial de textiles 2016



Fuente: WTO Secretariat

ANEXO 9 Exportación peruana de textiles 2015

PRINCIPALES MERCADOS	PARTICIPACION %
EE.UU	48.3%
China	6%
Brasil	4.5%
Chile	4.2%
Colombia	4.1%

Fuente: Sunat, Elaboración: Propia

ANEXO 10 Comercialización de textiles 2018

Exportadores	Valor exportado en 2018 (miles de USD)▼	Saldo comercial 2018 (miles de USD) i	Cantidad exportada en 2018	Unidad de cantidad	Valor unitario (USD/unidad) i
Mundo	13.198.830	2.696.885	0	No medida	
China i	7.542.503	7.313.335	870.664	Toneladas	8.663
India i	1.094.397	1.007.565	1.267.780	1000 metros cuadrados	863
Pakistán i	625.033	606.771	0	No medida	

Fuente: Trade Map con datos del INEI

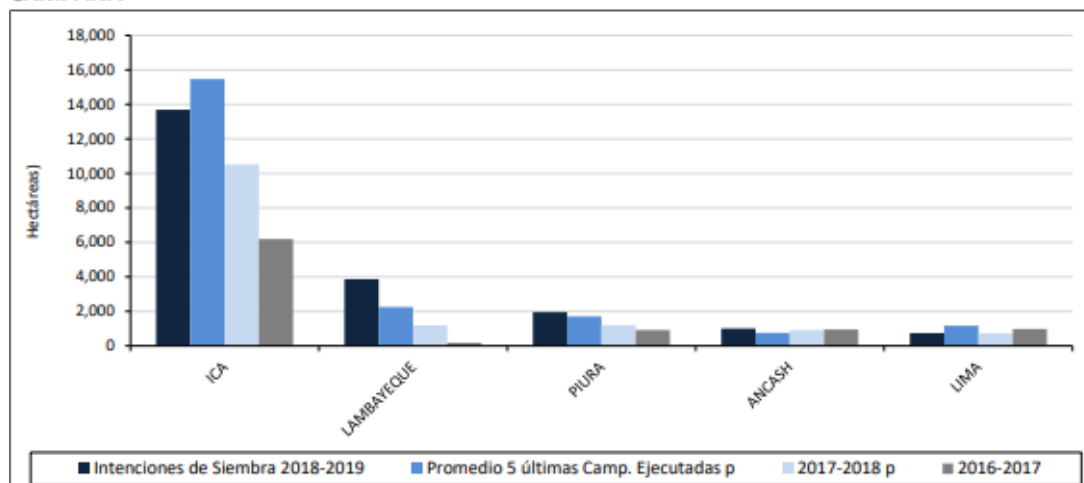
ANEXO 11 Principales productos exportados 2015

Mercado	Destino	Monto \$
Prendas de vestir de algodón para bebés	EE.UU	US\$ 216 mil
	Ecuador	US\$ 182 mil
	México	US\$ 154 mil
	Argentina	US\$ 103 mil
	Italia	US\$ 88 mil
Polo Shirt de algodón y calzoncillos para caballeros	EE.UU	US\$ 137 mil
	Nueva Zelanda	US\$ 137 mil
abrigos, chaquetas y capas para damas	EE.UU	US\$ 130 mil
	Nueva Zelanda	US\$ 137 mil

Fuente: Sunat, elaboración Propia

ANEXO 12 Siembra de algodón por regiones en el Perú

G.7 PERÚ: INTENCIONES DE SIEMBRA Y SIEMBRAS REALIZADAS DE ALGODÓN POR REGIÓN SEGÚN CAMPAÑA



Fuente: MINAGRI

ANEXO 13 Principales empresas exportadoras en el Perú

RUC	PRINCIPALES EMPRESAS EXPORTADORAS
20549014021	LG TEXTILE CORPORATION S.A.C.
20100047056	TOPY TOP S A
20501977439	DEVANLAY PERU S.A.C.
20547795939	TEXTILES Y MANUFACTURAS ANDINAS S.A.C. - TEXMA S.A.C.
20101362702	CONFECCIONES TEXTIMAX S A
20557034189	ARGO TEXTIL S.A.C.
20553022275	Algotex Peru
20144048301	CANGALLO & CIA. SA
20429050201	GAMEXPORT E.I.R.L.
20101635440	COTTON KNIT S.A.C.

Fuente: Sunat

ANEXO 14: Muestras fotográficas de las siembras y productores de algodón



Fuente: Propia de las autoras



Fuente: Propia de las autoras



Fuente: Propia de las autoras



Fuente: Propia de las autoras



Fuente: Propia de las autoras



Fuente: Propia de las autoras



Fuente: Propia de las autoras



Fuente: Propia de las autoras



Fuente: Propia de las autoras



Fuente: Propia de las autoras



Fuente: Propia de las autoras



Fuente: Propia de las autoras



Fuente: Propia de las autoras



Fuente: Propia de las autoras